

Министерство здравоохранения Российской Федерации  
государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
«Уральский государственный медицинский университет»  
Кафедра фармации

**М.Ю. Кинев, А.Ю. Петров, О.А. Мельникова**

**ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ АССОРТИМЕНТОМ  
АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Учебно-методическое пособие

Екатеринбург

УГМУ

2015

УДК 615.1: 614.27:339.138

Кинев М.Ю., Петров А.Ю., Мельникова О.А. Инструменты маркетинга в управлении ассортиментом аптечных организаций: учебно-методическое пособие. – УГМУ, 2015. – 86 с.

ISBN 978-5-89895-739-1

Рекомендовано к изданию Ученым советом фармацевтического факультета ГБОУ ВПО УГМУ Минздрава России «25» сентября 2015 г. (протокол №2).

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов 3, 4 и 5 курсов фармацевтического факультета. Пособие поможет научить студентов рационально планировать ассортимент лекарственных препаратов в аптечных организациях.

Ответственный редактор д.фарм.н., профессор А.Ю. Петров

Рецензенты:

И.Н. Андреева – доктор фармацевтических наук, профессор

Л.М. Ганичева - доктор фармацевтических наук, профессор

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

	Стр.
Введение	4
Методические указания для студентов	5
Теоретический материал	8
Практическая работа	73
Список использованной литературы	77
Приложение. Тестовые задания	79

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время функционирование любой аптечной организации (аптечной сети), выполнение её социальной и экономической функций зависят от правильной политики формирования аптечного ассортимента. Ассортимент аптеки должен соответствовать требованиям потребителя, отличаться от конкурентов, способствуя конкурентоспособности аптеки.

Правильное формирование ассортимента лекарственных препаратов не возможно без проведения маркетинговых исследований фармацевтического рынка, которые позволяют оптимизировать структуру ассортимента в аптечной организации, что позволяет выдерживать конкуренцию, удовлетворять потребности покупателей при выборе лекарственных препаратов. При проведении маркетинговых исследований важное место отводится методологии, которая включает разработку четкого плана, постановку цели и задач исследования, определение объектов исследования и методов сбора первичной информации, обработку полученной информации, интерпритацию полученных данных. Важное значение отводится инструментам маркетинга, которые позволяют правильно проводить исследования и получать достоверные результаты.

Большой вклад в разработку методологии маркетинговых исследований, изучению фармацевтического рынка Российской Федерации внесли российские ученые: Дремова Н.Б., Карева Н.Н., Трофимова Е.О., Мошкова Л.В., Андреева И.Н., Гацан В.В., Лоскутова Е.Е., Овод А.И. и другие.

Проведенные маркетинговые исследования позволяют рационально управлять аптечным ассортиментом. Работы по управлению аптечным ассортиментом ведутся уже давно. Существенный вклад в этом направлении внесли такие ученые как Г.Н. Андрианова, В.В. Дорофеева, Л.В. Голубкина и другие. Отдавая дань уважения и значимости данным работам следует отметить, что это направление исследовано недостаточно. Необходимо расширение теоретических знаний, практических методик управления отдельными группами ассортимента в аптечной организации.



## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

### 1. Самоподготовка к занятию.

#### 1.1. В процессе самоподготовки необходимо **изучить**:

- понятие термина «маркетинг», различные подходы к трактовке;
- объекты исследования фармацевтического рынка;
- способы сбора первичной информации при проведении маркетинговых исследований;
- способы обработки вторичной информации;
- инструменты, используемые при анализе фармацевтического рынка;
- контент-анализ (понятие, методика проведения);
- ABC-анализ (понятие, цель анализа, методика проведения);
- XYZ-анализ (понятие, цель анализа, методика проведения, ограничения);
- использование совместного ABC- и XYZ- анализ, распределение ассортимента аптечной организации на 9 групп;
- VEN-анализ (понятие, цель анализа, методика проведения);
- коэффициенты, используемые при анализе ассортимента лекарственных препаратов в аптечных организациях (аптечных сетях) (коэффициент широты, коэффициент глубины, коэффициент структуры, коэффициент полноты, коэффициент обновления, коэффициент устойчивости и коэффициент гармоничности) (понятие, расчет коэффициентов, значение);
- интегральный показатель управления ассортиментом в аптечной организации (аптечной сети) (понятие, расчет, значение данного коэффициента для аптечной организации (аптечной сети), шкала оценки уровня управления ассортиментом в аптечной организации);
- матрица Бостонской консультационной группы (понятие, методика построения, распределение лекарственных препаратов в соответствии с матрицей БКГ);
- анализ скорости реализации ассортимента лекарственных препаратов.

#### 1.2. План самоподготовки:

Для овладения указанными знаниями студент должен изучить:

- материал лекций по теме занятия;
- теоретический материал данной методички;
- разделы рекомендуемой литературы;
- решить задачи, представленные в данной методичке.

### **1.3.Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:**

#### **А) Обязательная:**

- Н.Б. Дремова Медицинское и фармацевтическое товароведение. Учебное пособие (курс). – Курск: КГМУ, 2005.
- С.З. Умаров, И.А. Наркевич, Н.Л. Костенко, Т.Н. Пучинина Медицинское и фармацевтическое товароведение, М., ГЭОТАР-МЕД, 2003.
- О.А. Васнецова «Медицинское и фармацевтическое товароведение» учебник для вузов, изд. группа «ГЭОТАР-Медиа», М. : ГЭОТАР-Медиа, 2005.

#### **Б) Дополнительная:**

- Государственный реестр лекарственных средств [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://grls.rosminzdrav.ru//default.aspx>
- Справочник Видаль «Лекарственные препараты в России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vidal.ru/>
- Справочник РЛС (Регистр лекарственных средств России) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rlsnet.ru/>
- Справочник Машковского [Электронный ресурс].

## **2.Работа на занятии.**

### **2.1. Самостоятельная работа студентов:**

**Задание 1.** На основании данных Государственного реестра лекарственных средств провести контент-анализ ассортимента лекарственных препаратов представленного одним МНН по количеству торговых наименований, фирм производителей, стран производителей, форм выпуска, в зависимости от даты государственной регистрации. Заполнить таблицу.

**Задание 2.** На основании товарных отчетов по продажам противовирусных лекарственных препаратов аптечной сети «У» за период с 1 января 2012 по 31 декабря 2012 г. провести АВС-анализ по торговым наименованиям и МНН.

**Задание 3.** С использованием программы <https://docs.google.com/forms/> разработать он-лайн анкету для работников аптечных организаций, провести рассылку анкеты по электронной почте студентам по группе (студенты должны ответить на вопросы анкеты), полученные результаты скопировать в отчет по работе. На основании полученных результатов сделать выводы.

**Задание 4.** На основании данных представленных в таблице рассчитать общий (интегральный) показатель ассортимента лекарственных препаратов (заполнить таблицу), оценить уровень управления в аптечной сети, предложить комплекс мероприятий по повышению уровня управления ассортиментом в аптечной сети.

## **2.2. Итоговый контроль:**

Оформленный студентом отчет по практической работе проверяется преподавателем.

Студент проходит собеседование по контролю усвоения теоретических вопросов и овладению практическими умениями.

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ

В настоящее время маркетинговые исследования находят широкое применение в фармацевтической отрасли. Они являются актуальными для фармацевтической отрасли, так как позволяют оценить рынок, выявить конкурентов и спрогнозировать продажи лекарственных препаратов. Разработка новых лекарственных форм не возможна без проведения маркетинговых исследований. Они позволяют провести обоснование необходимости в новой лекарственной форме.

Проведение маркетинговых исследований фармацевтического рынка является достаточно сложной задачей. По определению, представленному в литературных источниках, «маркетинговые исследования – систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед предприятием маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах» [19].

Проведение маркетинговых исследований должно включать в себя:

1. Определение проблемы, целей и методов исследования.

- 1.1. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований.

- 1.2. Определение проблемы и формулирование маркетинговых целей.

- 1.3. Выбор методов проведения маркетинговых исследований.

2. Разработка плана исследований.

- 2.1. Определение типа необходимой маркетинговой информации и источников ее получения.

- 2.2. Определение методов сбора необходимой информации.

- 2.3. Разработка форм для сбора данных.

- 2.4. Разработка выборочного плана и определение объемов выборки.

3. Проведение исследования.

- 3.1. Сбор данных.

- 3.2. Анализ данных.

4. Интерпретация полученных результатов и доведение их до руководства.

- 4.1. Подготовка заключительного отчета.

- 4.2. Презентация заключительного отчета [19].

Большой вклад в разработку методологии маркетинговых исследований, изучению фармацевтического рынка Российской Федерации внесли российские ученые: Дремова Н.Б., Карева Н.Н., Трофимова Е.О., Мошкова Л.В., Андреева И.Н., Гацан В.В., Лоскутова Е.Е., Овод А.И. и другие.

Важное место при проведении маркетинговых исследований фармацевтического рынка отводится источникам маркетинговой информации. Выбористочника маркетинговой информации должен соответствовать цели и задачам.

*Маркетинговая информация и источники ее получения при анализе фармацевтического рынка*

При проведении анализа фармацевтического рынка Российской Федерации в качестве источника маркетинговой информации может выступать:

- Государственный реестр лекарственных средств [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://grls.rosminzdrav.ru//default.aspx> . Этот документ дает полную официальную информацию о зарегистрированных на фармацевтическом рынке Российской Федерации лекарственных средствах (о лекарственных препаратах и фармацевтических субстанциях). Информация доступна в следующей форме: номер регистрационного удостоверения/ реестровой записи, международное непатентованное наименование (МНН), лекарственная форма (ЛФ), торговое наименование (ТН), юридическое лицо, на имя которого выдано регистрационное удостоверение, производитель, страна. Запрос можно проводить по любому параметру. Пример запроса по МНН приведен на рис. 1 и 2.

Государственный реестр лекарственных средств

Главная Сервис Справка Имя:  Пароль:

Государственный реестр лекарственных средств

☒ Лекарственные препараты ☐ Фармацевтические субстанции

Номер регистрационного удостоверения / реестровой записи

Международное непатентованное наименование

Лекарственная форма

Торговое наименование

Юридическое лицо, на имя которого выдано РУ

Производитель

Страна

Найдено: 32 запис.

№ п/п	Торговое наименование	Международное непатентованное наименование	Форма выпуска	Юр.лицо, на кот. выд. РУ	Страна юр. лица, на кот. выд. РУ	Регистрационный номер	Дата государственной регистрации	Дата окончания действ. рег. уа.	Дата переоформления РУ
1	Орвирем®	Римантадин		ЗАО "Фармлайн-Д",	Россия	P N000044/01	30.08.2011		27.05.2015
2	Орвирем	Римантадин	сироп [для детей]	ЗАО "Корпорация Олифен"	Россия	P N000044/01	30.08.2011		
3	Римантадин	Римантадин	таблетки	Татхимфармпрепараты ОАО	Россия	ЛС-002685	29.12.2006	29.12.2011	
4	Римантадин	Римантадин	таблетки	Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО [Томск, пр.Ленина]	Россия	P N001240/01	29.12.2006	29.12.2011	
5	Римантадин	Римантадин	таблетки	Дальхимфарм ОАО	Россия	P N000381/01	29.12.2006	29.12.2011	
6	Ремантадин	Римантадин	таблетки	Розфарм ООО	Россия	P N000991/01	29.12.2006	29.12.2011	
7	Ремантадин	Римантадин	таблетки	Олайнфарм АО	Латвия	П N015299/01	24.03.2009		
8	Римантадин	Римантадин	таблетки	ОАО "Татхимфармпрепараты"	Россия	ЛС-002685	23.09.2011		
9	Римантадин	Римантадин	таблетки	Московский эндокринный завод ФГУП	Россия	P N002605/01-2003	23.07.2008		
10	Римантадин	Римантадин	таблетки	Федеральное государственное унитарное предприятие "Московский эндокринный завод"	Россия	P N002605/01	23.07.2008		22.07.2014

1 2 3 4 >

Источник: <http://grls.rlsminzdrav.ru/default.aspx>

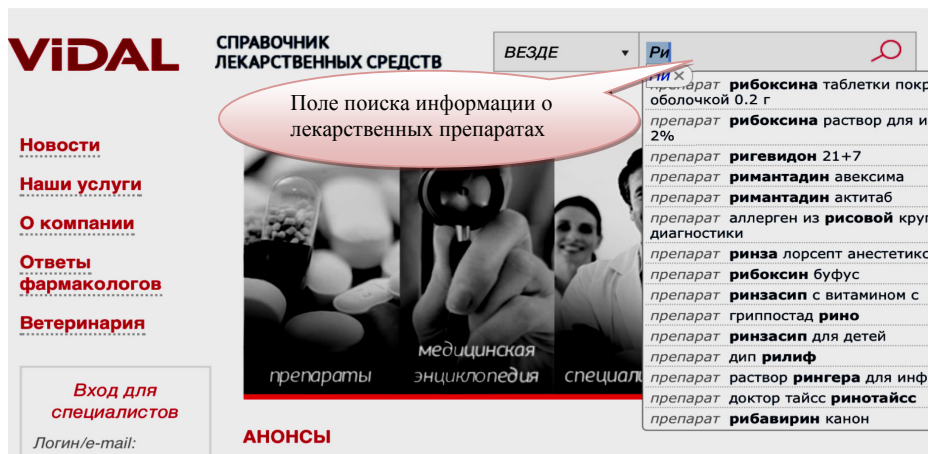
Рис. 1. Фрагмент интернет-сайта Государственного реестра лекарственных средств

Государственный реестр лекарственных средств		Главная	Сервис	Справка	Имя: <input type="text"/>	Пароль: <input type="password"/>	<input type="button" value="помнить"/>	<input type="button" value="войти"/>
<b>Регистрационное удостоверение</b>								<a href="#">Вернуться к ГРС</a>
1	Номер: <b>P N000044/01</b> Дата регистрации: <b>30.08.2011</b> Дата переоформления: <b>27.05.2015</b> Срок введения в гражданский оборот: <b>Бессрочный</b>							
2	Наименование держателя или владельца регистрационного удостоверения лекарственного препарата:	Наименование: <b>ЗАО "Фармлайн-Д",</b> Страна: <b>Россия</b>						
3	Торговое наименование лекарственного препарата:	<b>Орвирем®</b>						
4	Международное непатентованное или группировочное или химическое наименование:	<b>Римантадин</b>						
5	Формы выпуска:	Лекарственная форма	Дозировка	Срок годности		Условия хранения		
				Упаковки		• сироп для детей, 2 мг/мл (флакон) 100 мл х 1 (пачка картонная)		
6	Сведения о стадиях производства:	№ п/п	Стадия производства		Производитель		Страна	
		1	Производитель (промежуточные стадии изготовления ЛФ)		ЗАО "Фармлайн-Д",		Россия	
		2	Производитель (Все стадии производства)		ЗАО "Корпорация ОЛИФЕН",		Россия	
7	Инструкция по применению лекарственного препарата:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Инструкция по применению лекарственного препарата</a></li> <li>• <a href="#">Инструкция по применению лекарственного препарата (страница №1)</a></li> <li>• <a href="#">Инструкция по применению лекарственного препарата (страница №2)</a></li> <li>• <a href="#">Инструкция по применению лекарственного препарата (страница №3)</a></li> <li>• <a href="#">Инструкция по применению лекарственного препарата (страница №4)</a></li> </ul>						
8	Нормативная документация:	№ п/п	Номер ИД	Год	№ изм	Наименование		
		1	P N000044/01-300811					
		2	P N000044/01-300811	2011		Орвирем		
		3	P N000044/01-300811 изменение	2011		Орвирем®		
		4	P N000044/01-300811 изменение	2015	1	Орвирем		
		5	ФСП 42-0019-0024-00	2000		АЛЫГИРЕМ, СИРОП ДЛЯ ДЕТЕЙ 0,2%		
		6	ФСП 42-0064-0024-05	2005		ОРВИРЕМ		
		7	ФСП 42-0064-0024-05 изменение	2005	1	ОРВИРЕМ		
9	Фармако-терапевтическая группа:							

Источник: <http://grls.rosminzdrav.ru/default.aspx>

Рис. 2. Информация, полученная на основании Государственного реестра лекарственных средств для торгового наименования «Орвирем»

- Справочник Видаль «Лекарственные препараты в России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vidal.ru/> (рис.3)

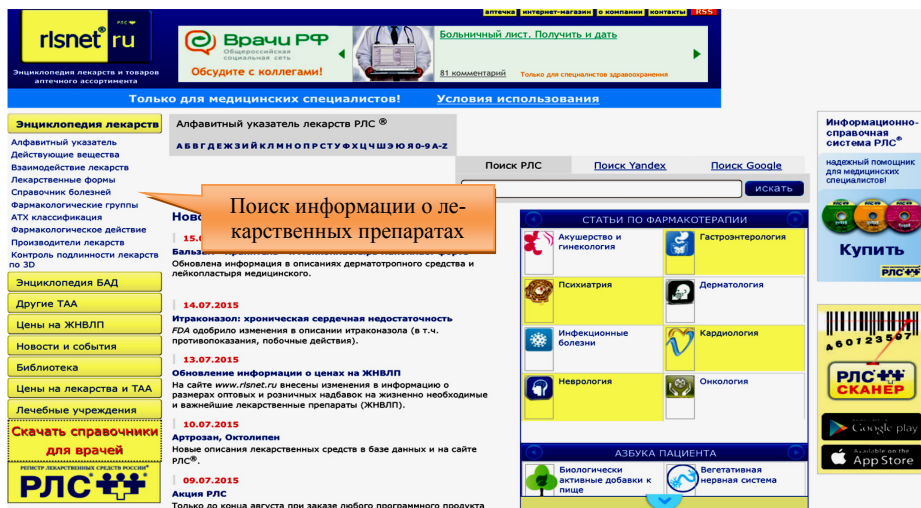


Источник: <http://www.vidal.ru/>

Рис. 3. Фрагмент интернет-сайта справочника лекарственных средств «Видаль»



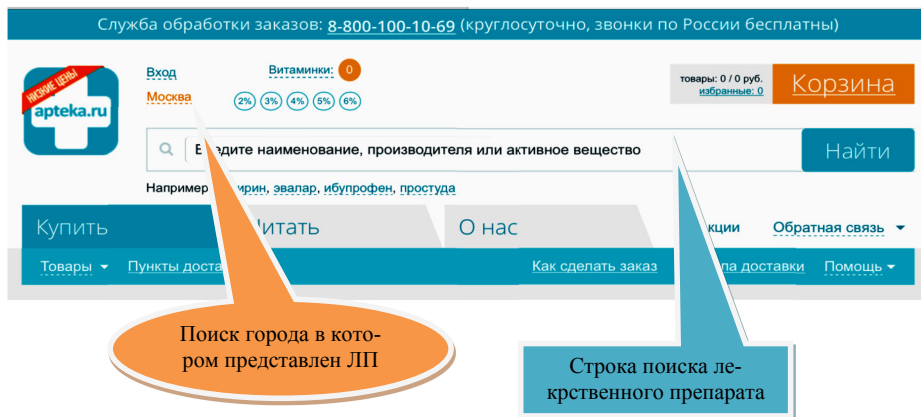
- Справочник РЛС (Регистр лекарственных средств России) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rlsnet.ru/> (рис. 4)



Источник: <http://www.rlsnet.ru/>

Рис. 4. Фрагмент интернет-сайта справочника РЛС

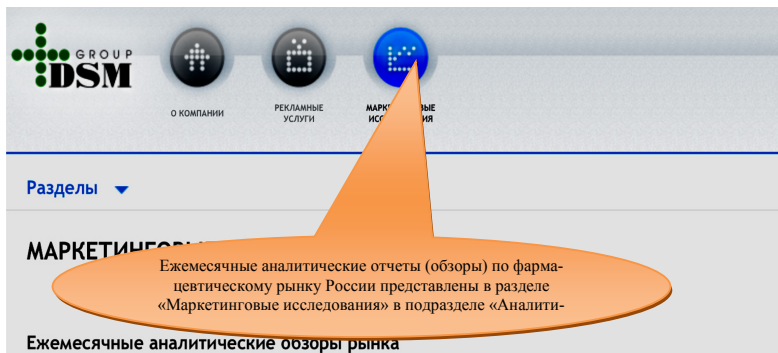
- Справочник Машковского [Электронный ресурс].  
 - Apteka.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://apteka.ru/> Этот ресурс позволяет получить информацию о наличии и ценах на лекарственные препараты представленные в городах России (рис.5).



Источник: <http://apteka.ru/>

Рис. 5. Фрагмент интернет-сайта портала «Apteka.RU»

- Аналитические обзоры фармацевтического рынка Российской Федерации компании DSM Group [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dsm.ru/about/news/> (рис.6). На этом сайте представлены ежемесячные аналитические обзоры по фармацевтическому рынку России.



Источник: <http://dsm.ru>

Рис. 6. Фрагмент интернет-сайта компании «DSM Group»

- Аналитические обзоры фармацевтического рынка компании Комкон-Фарма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.comcon-2.ru/> (рис.7).

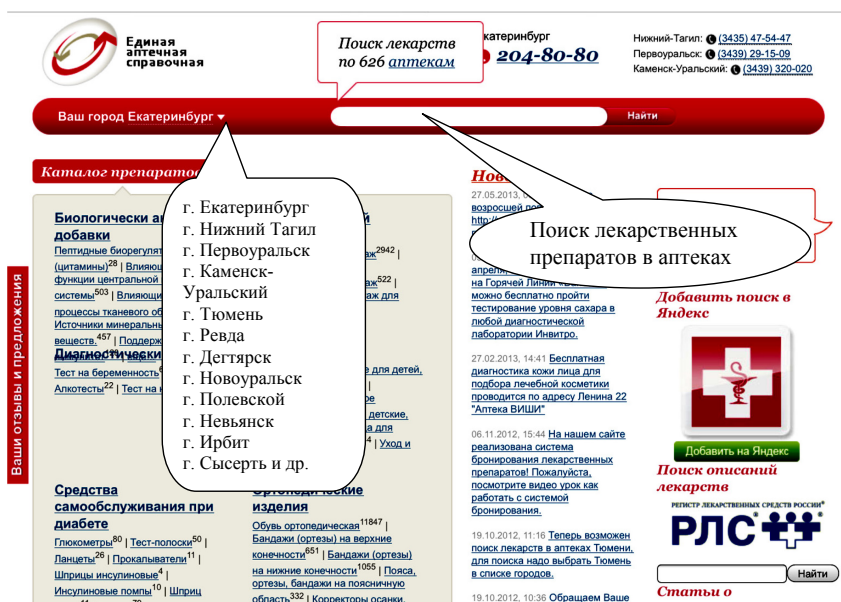


Источник: <http://www.comcon-2.ru/>

Рис. 7. Фрагмент интернет-сайта компании «Комкон-Фарма»

Изучение фармацевтического рынка Свердловской области, г.Екатеринбурга, а также других городов может проводиться на основании данных, представленных на сайтах:

- "Центр фармацевтической информации" - портал 2048080.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.2048080.ru>. Этот портал позволяет получить информацию о представленных по аптекам лекарственных препаратах: г. Екатеринбург (поиск лекарств по 626 аптекам), г. Нижний Тагил (поиск лекарств по 88 аптекам), г. Первоуральск (поиск лекарств по 37 аптекам), г. Каменск-Уральский (поиск лекарств по 40 аптекам), г. Тюмень (поиск лекарств по 4 аптекам), г. Ревда (поиск лекарств по 6 аптекам), г. Дегтярск (поиск лекарств по 3 аптекам), г. Новоуральск (поиск лекарств по 3 аптекам), г. Полевской (поиск лекарств по 3 аптекам), г. Невьянск (поиск лекарств по 1 аптеке), г. Ирбит (поиск лекарств по 10 аптекам), г. Сысерть (поиск лекарств по 3 аптекам) и др. городам (рис.8).

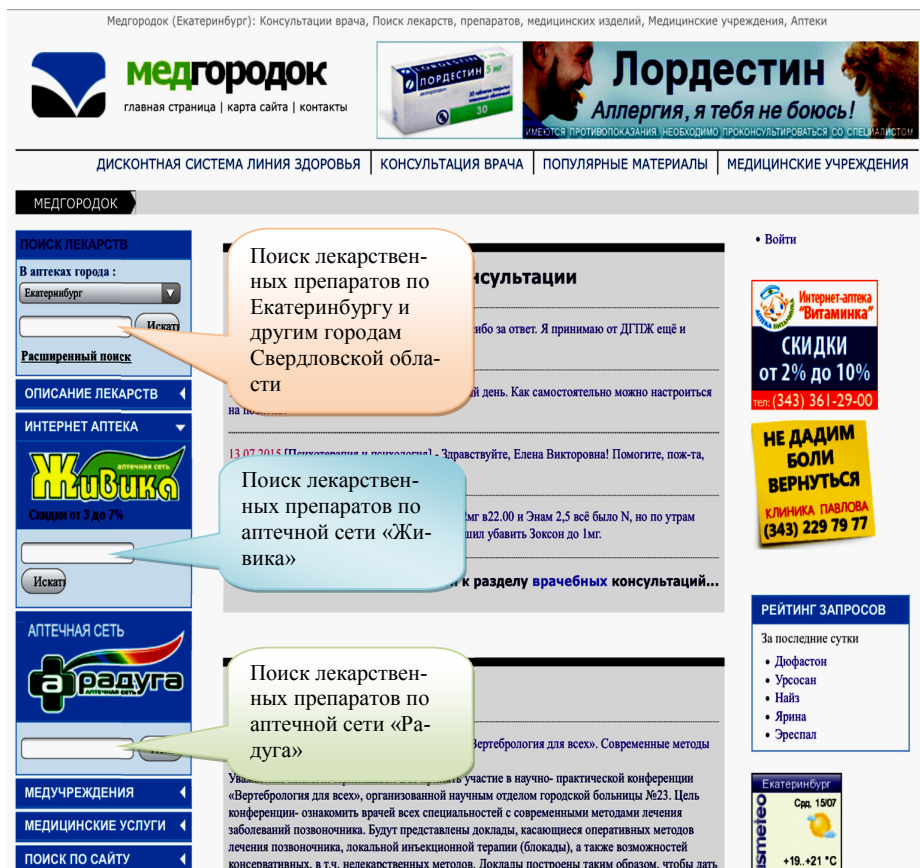


Источник: <http://www.2048080.ru>

Рис. 8. Фрагмент интернет-сайта портала "Центр фармацевтической информации"

- Портал «Медгородок» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.medgorodok.ru/> позволяет проводить поиск лекарственных препаратов по аптекам г. Екатеринбурга, г. Нижнего Тагила, г. Первоуральска, г. Каменск-Уральский, г. Верхняя Пышма, г. Березовский, г. Среднеуральск, г. Кушва, г. Бог-

данович. Кроме того, на данном портале можно проводить поиск лекарственных препаратов аптечным сетям «Живика», «Радуга» (рис.9).



Источник: <http://www.medgorodok.ru/>

Рис. 9. Фрагмент интернет-сайта портала "Медгородок"

- Порталы поиска лекарственных препаратов по аптечным сетям:

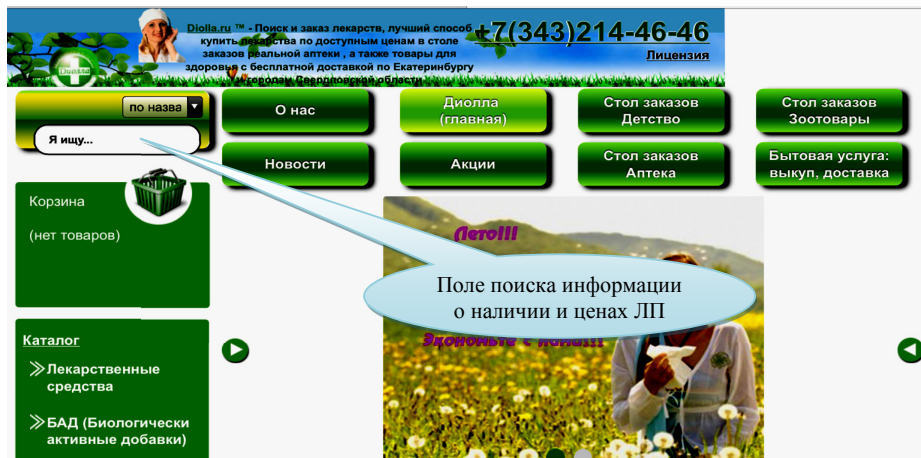
- Аптечная сеть «Живика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://zhivika.ru/>. На этом сайте можно получить информацию о наличии и ценах на лекарственные препараты в городах Свердловской и Челябинской областей (рис. 10).

Рис. 10. Фрагмент интернет-сайта аптечной сети «Живика»

Источник: <http://raduga-ural.ru/>

Рис. 11. Фрагмент интернет-сайта аптечной сети «Радуга»

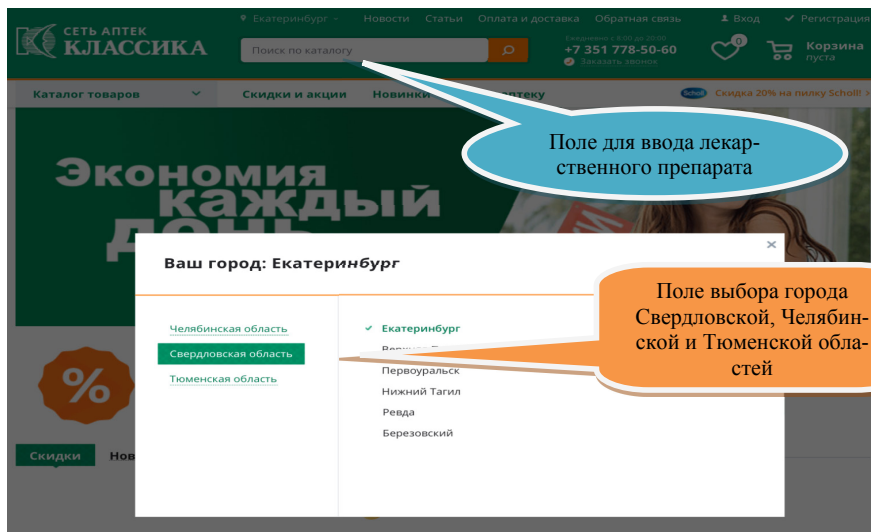
- Аптечная сеть «Диолла» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.diolla.ru/> (рис.12)



Источник: <http://www.diolla.ru/>

Рис. 12. Фрагмент интернет-сайта аптечной сети «Диолла»

- Аптечная сеть «Классика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://apteka-klassika.ru/> (рис.13)



Источник: <http://apteka-klassika.ru/>

Рис. 13. Фрагмент интернет-сайта аптечной сети «Классика»



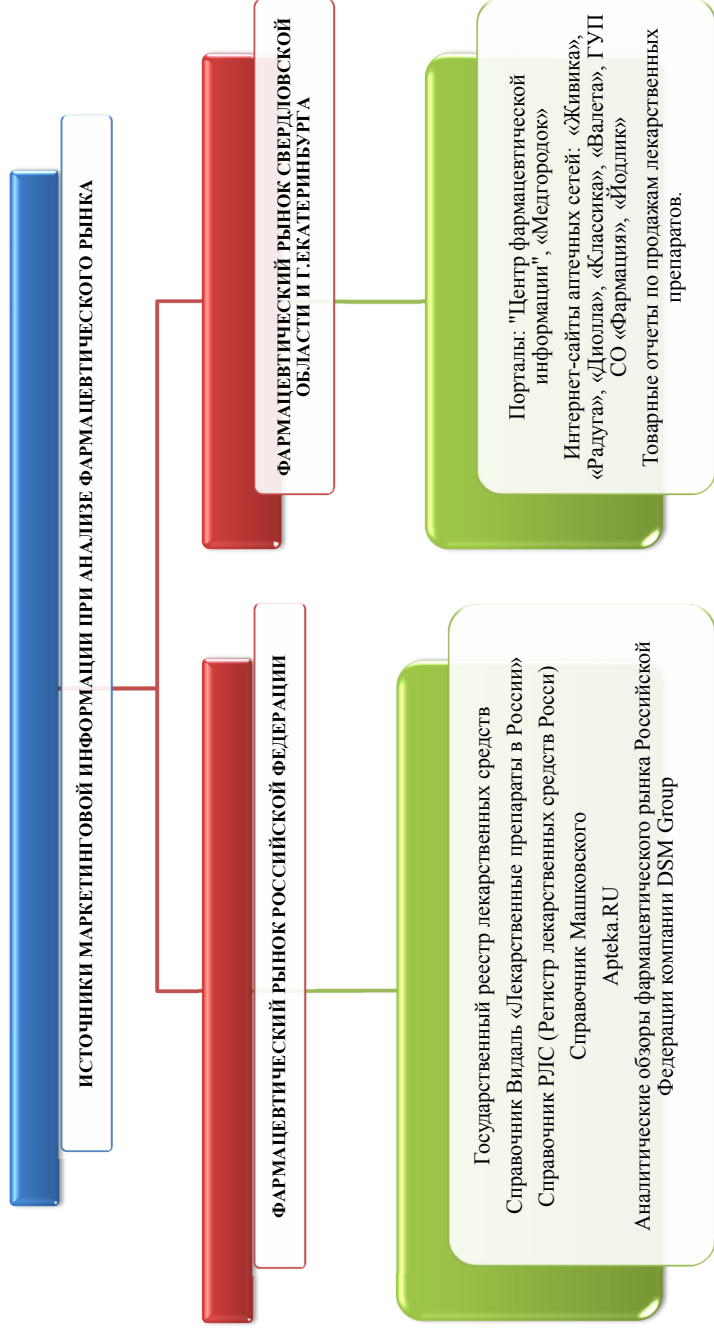


Рис. 14. Источники маркетинговой информации при анализе фармацевтического рынка

- Аптечная сеть «Валета» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aptekavaleta.ru/>

- Аптечная сеть ГУП СО «Фармация» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.farmacia.ru/>

- Аптечная сеть «Йодлик» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.yodlik.ru/apteka.php>

- Товарные отчеты по продажам лекарственных препаратов аптечных сетей.

Основные источники маркетинговой информации при анализе фармацевтического рынка представлены на рис.14 (см. выше).

Не менее важным при проведении маркетинговых исследований фармацевтического рынка является выбор инструментов.

### *Инструменты, используемые при анализе ассортимента ЛП*

Главное место среди маркетинговых инструментов при изучении фармацевтического рынка противовирусных лекарственных средств занимает маркетинг. В настоящее время существует несколько определений понятия «маркетинг». Классическое определение понятия «маркетинг» приводится в работе Филиппа Котлера «Основы маркетинга». Согласно его определению, маркетинг представляет «вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена» [2]. В другой литературе [3] также приводятся трактовки понятия «маркетинг». Все терминологические трактовки связывают маркетинг с рынком и предусматривают ориентацию на покупателя, которому очень важен ассортимент представляемых фармацевтических товаров.

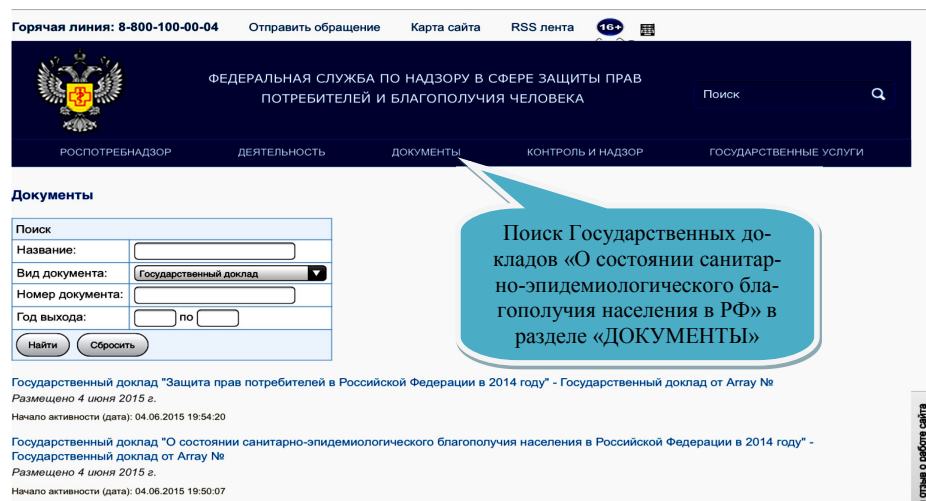
Одной из важных составляющих маркетинга является фармацевтический маркетинг, особенность которого состоит в том, что с одной стороны лекарственный препарат несет социальную функцию (обеспечивает здоровье гражданам), а с другой стороны, аптека является коммерческой организацией и стремится к получению прибыли. Развитие фармацевтического маркетинга направлено на формирование оптимального и качественного ассортимента как в лечебно-



профилактическом учреждении, так и в аптечной организации. Данная цель достигается решением разнообразных задач. Это прежде всего достигается изучением фармацевтического рынка, его сегментированием, определением тенденций развития определенных заболеваний.

Определение тенденций развития определенных заболеваний позволяет выделить определенную динамику, определить фактор сезонности, что является актуальным при разработке новых лекарственных форм. При анализе уровня заболеваемости используются различные статистические методы: метод «скользящей средней», метод «укрупнения интервалов», метод наименьших квадратов, вычисление ошибки с использованием критерия Шовене, определение среднего темпа прироста и др. Полученные статистические данные по уровню заболеваемости населения позволяют давать прогноз на следующий год, что является очень важным. В качестве объекта исследования при анализе уровня заболеваемости в РФ могут выступать:

Государственные доклады «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации» представленные на сайте Роспотребнадзора РФ (Режим доступа: <http://rospotrebnadzor.ru/>) (рис. 15);



Источник: <http://rospotrebnadzor.ru/>

Рис.15. Фрагмент интернет-сайта Роспотребнадзора РФ

документы, представленные на сайте Министерства здравоохранения РФ (Режим доступа: <http://www.rosminzdrav.ru/>) (рис.16);

НОВОСТИ МИНИСТЕРСТВО ▾ БАНК ДОКУМЕНТОВ ОБЩЕСТВЕННАЯ ПРИЁМНАЯ ▾ МЕРОПРИЯТИЯ ▾ ОПРОСЫ КОНТАКТЫ ▾

АНОНСЫ

Министерство / Программы

/ Доклад о состоянии здоровья населения и организации здравоохранения по итогам деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации за 2014 год

**Доклад о состоянии здоровья населения и организации здравоохранения по итогам деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации за 2014 год**

Материал опубликован 18 июня 2015 в 15:06.  
Обновлён 18 июня 2015 в 18:09.

Категории: итоги 2014 года; доклад.

**Файлы для загрузки**

Приложение к Докладу о состоянии здоровья населения и организации здравоохранения по итогам деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации за 2014 год.pdf  
712.5 КБ

Доклад о состоянии здоровья населения и организации здравоохранения по итогам деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации за 2014 год.pdf  
1.2 МБ

Источник: <http://www.rosminzdrav.ru/>

Рис. 16. Фрагмент интернет-сайта Министерства здравоохранения РФ

Федеральной службы государственной статистики (Режим доступа: <http://www.gks.ru>); при изучении уровня заболеваемости в Свердловской области и г.Екатеринбурге в качестве объекта исследования могут быть отчеты по заболеваемости, представленные на сайте Министерства здравоохранения СО (Режим доступа: <http://minzdrav.midural.ru>), Роспотребнадзора СО (Режим доступа: <http://www.66.rospotrebnadzor.ru>), Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области (Режим доступа: <http://sverdl.gks.ru>)

В фармацевтическом маркетинге применяются первичные (наблюдение, эксперимент и опрос) и вторичные (традиционный анализ документов, информативно-целевой анализ, контент-анализ документов) методы сбора информации [4,20].

### *Первичные методы сбора информации*

Анализ литературных источников [20] показал, что:

*Наблюдение* – метод сбора информации посредством фиксации функционирования исследуемых объектов без установления исследователями контактов с ними и отсутствии контроля над факторами, влияющими на их поведение. Наблюдение обычно используется в исследованиях поискового характера. Оно позволяет поддерживать стабильные условия и использовать технические средства. Оно может быть скрытым и открытым (с непосредственным участием исследователя). В зависимости от преследуемых целей наблюдение может быть свободным и стандартизированным (задаются определенные критерии для исследования).

*Достоинства* этого метода:

- простота и относительная дешевизна,
- исключение искажений, вызываемых контактами объектов с исследователем.

*Недостатки* этого метода:

- не позволяет однозначно установить внутренние мотивы поведения объектов и процессы принятия ими решений,
- могут быть неправильно интерпретированы наблюдателями.

Наблюдение чаще всего применяется при проведении исследований, носящих предварительный характер и направленных на конкретизацию проблем, стоящих перед исследователями [20].

Другим важным методом фармацевтического маркетинга является *эксперимент* [4,20], который представляет собой метод сбора информации о поведении исследуемых объектов, предусматривающий установление контроля над всеми факторами, влияющими на функционирование этих объектов. Цель эксперимента заключается в установлении причинно-следственных связей между факторами маркетинга и поведением исследуемых объектов. Для обеспечения достоверности результатов эксперимента значения всех факторов, кроме исследуемого, должны оставаться неизменными. Эксперимент как метод маркетинговых исследований

предполагает, что при анализе должно быть исключено влияние всех факторов кроме, изучаемого. Поэтому эксперимент предполагает наличие не менее двух сопоставимых исследуемых групп, одна из которых является экспериментальной, а другая контрольной. Эксперименты, проходящие в искусственной обстановке (тесты товаров, цены, рекламы) называются *лабораторными*, а осуществляемые в реальных условиях - *полевыми*. Первые - позволяют контролировать посторонние факторы, вторые - не исключают влияния посторонних факторов. Полевое исследование хотя и является наиболее сложным и дорогим, но в то же время и самым эффективным методом изучения рынка. Его применяют лишь крупные компании. Оно позволяет быстро и всесторонне ознакомиться с требованиями рынка, методами сбыта, ценами и многими другими условиями, дает возможность устанавливать личные контакты с потенциальными покупателями, закупать образцы товаров, пользующихся наибольшим спросом на данном рынке и пр. В процессе подготовки к проведению эксперимента, важно определить место или места его проведения, длительность, состав факторов, которые должны быть постоянными или меняться строго определенным образом на протяжении всего эксперимента.

*Достоинства эксперимента :*

- объективный характер,
- возможность установления причинно-следственных связей между факторами.

*Недостатки эксперимента :*

- трудности с организацией контроля над всеми факторами в естественных условиях,
- сложности воспроизведения нормального поведения объекта в лабораторных условиях,
- высокие издержки [20].

Кроме эксперимента к первичным методам сбора информации относится опрос. Метод проведения опроса – это наиболее широко используемый в маркетинге метод, который позволяет в кратчайшие сроки собрать всю необходимую информацию. Эффективность проводимого опроса напрямую зависит от уровня

обратной связи с респондентом [4]. Опрос может проводиться как в устной (интервьюирование), так и в письменной форме (анкетирование), что может использоваться в аптечных организациях при выявлении потребительских предпочтении и изучении ассортимента представленных препаратов в аптеках (рис.17).



Рис. 17. Виды опросов в аптечной организации

Наиболее перспективной формой проведения опроса работников аптечных организаций является анкетный опрос с использованием специально разработанной анкеты в программе <https://docs.google.com/forms/> с последующей рассылкой по электронной почте работников аптечных организаций. Этот вид опроса является эффективным при изучении ассортимента лекарственных препаратов на уровне аптечных сетей, так как позволяет быстро и в короткие сроки получить необходимую информацию. Главным достоинством использования такой формы он-лайн анкетирования является то, что программа позволяет сразу получить информацию по каждому респонденту, а также сводную информацию, представленную в виде рисунков и диаграмм. Основным недостатком является постоянный контроль со стороны руководства аптечных сетей. Пример фрагмента анкеты представлен на рис.18.

**АНКЕТА ДЛЯ РАБОТНИКОВ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

Уважаемые коллеги! Кафедра фармации ГБОУ ВПО УГМУ Минздрава России проводит исследования по анализу рынка противовирусных лекарственных средств для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ с целью дальнейшего выведения на фармацевтический рынок нового противовирусного препарата «Триазавирин». Пожалуйста, заполните данную анкету. Спасибо за участие в анкетировании!!!

1. ФИО респондента (например, Иванов И.И.)

2. Занимаемая Вами должность в аптеке  
☐ зав. аптекой  
☐ зам. зав. аптекой  
☐ провизор  
☐ фармацевт  
☐ консультант  
☐ Other:

3. В каком городе находится аптека в которой Вы работаете?  
☐ Алпатск  
☐ Артемьевский  
☐ Арти  
☐ Асбест  
☐ Ачит  
☐ Байкалово

4. Образование  
☐ высшее  
☐ среднее специальное

5. Возраст  
☐ до 20 лет  
☐ от 20 до 30 лет  
☐ от 30 до 40 лет  
☐ от 40 до 50 лет  
☐ старше 50 лет

6. Стаж работы по данной специальности  
☐ до 2 лет  
☐ от 2 до 5 лет  
☐ от 5 до 10 лет  
☐ от 10 до 20 лет  
☐ от 20 до 30 лет  
☐ более 30 лет

7. Квалификационная категория  
☐ нет  
☐ 2 категория  
☐ 1 категория  
☐ высшая категория

8. Какие из приведенных противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ имеются у Вас в аптеке?  
☐ Римантадин  
☐ Арбидол  
☐ Кагоцел  
☐ Ингавирин  
☐ Осельманная соль  
☐ ...

Рис. 18. Фрагмент анкеты для работников аптечных организаций

При проведении анкетного опроса важным является этап разработки онлайн анкеты. Анализ литературных источников [20] показал, что анкета представляет собой систему вопросов, направленных на выявление характеристик объекта или предмета исследования. При разработке анкеты следует руководствоваться основополагающими принципами их составления, которые в значительной степени могут способствовать качественному проведению опроса.

В структурном плане анкета должна состоять из четырех частей:

- *вводной*, где высказывается уважительное отношение к опрашиваемому и указывается, кто проводит опрос; с какой целью; инструкция по заполнению анкеты;
- *контактной*, где располагаются вопросы, преследующие цель заинтересовать опрашиваемого, ввести в круг изучаемых проблем;
- *контрольной* - с вопросами, позволяющими убедиться в достоверности данных;

- *заключительной* - с вопросами, снимающими у респондентов психологическое напряжение, позволяющими выявить их социально-демографические характеристики (пол, возраст, место жительства, социальное положение, образование, уровень доходов и т.д.), а завершаться словами благодарности опрашиваемому за участие в опросе.

Формулировки вопросов анкеты должны быть простыми, понятными, однозначными и нейтральными. В анкете, они должны переходить от простых - к сложным, от общих - к специальным, от нейтральных - к тонким (деликатным).

Особое внимание следует обратить на то, чтобы основной и контрольный вопросы не следовали друг за другом, поскольку большинство людей, отвечают на следующий вопрос, находясь под впечатлением содержания и ответа на предыдущий. Самые сложные вопросы, требующие размышления должны располагаться в середине анкеты.

Количество вопросов в анкете не должно быть слишком большим (обычно стараются ограничиться 10-15 вопросами), т.к. чем длиннее анкета, тем вероятнее, что она будет отвергнута.

Время заполнения анкеты при почтовом опросе не должно превышать 20 - 30 минут [20].

### *Вторичные методы сбора информации*

Вторичные методы фармацевтических исследований базируются на первичных методах и предполагают обработку полученной первичной информации. Среди вторичных методов различают *традиционный анализ документов, информативно-целевой анализ, контент-анализ документов* [4].

*Традиционный анализ документов* предполагает анализ документов с конкретной точки зрения.

*Информативно-целевой анализ* – это анализ информативности документов.

*Контент-анализ* – это анализ определенных смысловых категорий в содержании материалов [4].

При проведении маркетингового исследования важное место отводится методу контент-анализ, расчету показателей ассортимента и выводу общего показа-

теля управления ассортиментом, ABC- анализу, XYZ- анализу, VEN-анализу, исследованиям динамики продаж, построению матрицы БКГ, составлению ассортиментных матриц.

### *Контент-анализ ассортимента лекарственных средств*

Самым простым и доступным инструментом при изучении фармацевтического рынка лекарственных средств является метод контент-анализа, который представляет собой качественно-количественный анализ документов позволяющий переводить информацию, содержащуюся в них в числовой вид с целью последующей ее интерпретации [5]. Проведение контент-анализа предусматривает определение необходимого сегмента, в котором проводится сортировка элементов по определенным признакам [5]. Контент-анализ находит применение в различных отраслях, не исключением является и фармацевтическая. При изучении фармацевтического рынка РФ в качестве объекта исследования чаще всего выступает Государственный реестр лекарственных средств, в котором выделяют необходимую группу и подгруппы, затем проводят сортировку лекарственных препаратов каждой подгруппы по количеству МНН, торговых наименований, фирм производителей, стран производителей, форм выпуска, торговых наименований, отпускаемых по рецепту и без рецепта врача и другим признакам. На основании полученных результатов готовится сводная таблица данных и проводится их интерпретация. Кроме Государственного реестра лекарственных средств, в качестве объекта анализа при изучении фармацевтического рынка РФ, может выступать Справочник Видаль «Лекарственные препараты в России», Справочник РЛС (Регистр лекарственных средств России), Справочник Машковского, Портал «Apteka.RU», Аналитические обзоры фармацевтического рынка Российской Федерации компании DSM Group. Контент-анализ может проводиться также при изучении не только фармацевтического рынка РФ, но и рынка Свердловской области и ее городов. В этом случае в качестве объекта исследования могут выступать данные представленные на интернет-сайтах: портал "Центр фармацевтической информации", «Медгородок», порталы поиска лекарственных препаратов по аптечным сетям:



«Живика», «Радуга», «Диолла», «Классика», «Валета», ГУП СО «Фармация», «Йодлик».

**ПРИМЕР.** На основании данных Государственного реестра лекарственных средств провести контент-анализ ассортимента лекарственных препаратов представленного МНН Римантадин по количеству торговых наименований, фирм производителей, стран производителей, форм выпуска, в зависимости от даты государственной регистрации.

С этой целью на сайте <http://grls.rosminzdrav.ru/GRLS.aspx> в разделе МНН вводим римантадин, далее нажимает найти, в поле вводим цифры с картинки, открывается окно, далее составляем таблицу (содержащую МНН, ТН, дозировку, ФП, СП, ФВ, ДГР), проводим анализ ассортимента лекарственных средств на основании подсчета по количеству торговых наименований, фирм производителей, стран производителей, форм выпуска, в зависимости от даты государственной регистрации.

Таблица 1

Ассортимент лекарственных средств, представленный МНН Римантадин

МНН	Торговые наименования (ТН)	Дозировка	Фирма производитель (ФП)	Страна производитель (СП)	Форма выпуска (ФВ)	Дата государственной регистрации (ДГР)
Римантадин  15ЛП / 3 Фармацевтических субстанций	Ремантадин	50 мг	Розфарм ООО	Россия	таблетки	29.12.2006
	Римантадин	50 мг	Дальхимфарм ОАО	Россия	таблетки	29.12.2006
	Римантадин	50 мг	Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО [Томск, пр.Ленина]	Россия	таблетки	29.12.2006
	Римантадин	50 мг	Татхимфармпрепараты ОАО	Россия	таблетки	29.12.2006
	Ремантадин	50 мг	Олайнфарм АО	Латвия	таблетки	24.03.2009
	Римантадин	50 мг	Московский эндокринный завод ФГУП	Россия	таблетки	23.07.2008
	Римантадин	50 мг	Марбиофарм ОАО	Россия	таблетки	22.12.2006
	Римантадина гидрохлорид	----	Чжецзян Апелоя Кангю Фармацевтикал Ко.Лтд	Китай	субстанция-порошок	21.07.2008
	Римантадина гидрохлорид	----	Чжецзян Кангю Фармацевтикал Ко.Лтд	Китай	субстанция-порошок	21.07.2008
	Римантадин	----	Ирбитский ХФЗ ОАО	Россия	субстанция	20.03.2009
	Орвирем	2 мг/мл	Корпорация Олифен ЗАО	Россия	сироп [для детей]	20.03.2008
	АнГриКапс максима (Па-	-----	УП «Минскинтер-капс»	Республика Беларусь	капсулы	17.02.2011

	рацетамол + Римантадин + Аскорбиновая кислота + Лоратадин + Рутозид + Кальция карбонат &)					
	Римантадин-ФПО	50 мг	Оболенское - фармацевтическое предприятие ЗАО	Россия	таблетки	14.08.2008
	Римантадин-СТИ	50 мг	Ирбитский ХФЗ ОАО	Россия	таблетки	13.11.2009
	Римантадин	50 мг	Еврофарм ЗАО	Россия	таблетки	08.08.2008
	Ремантадин	50 мг	Эн.Си.Фарм ООО	Россия	таблетки	07.07.2010
	Римантадин	50 мг	Биосинтез ОАО	Россия	таблетки	07.04.2009
	Римантадин	50 мг	Мосхимфармпрепараты им.Н.А.Семашко ОАО	Россия	таблетки	02.07.2010
	18					

Источник: <http://grls.rosminzdrav.ru/grls.aspx> (по состоянию на 22.09.2011г.)

Было установлено, что МНН Римантадин относится к подгруппе «J05AC Циклические амины», ассортимент лекарственных препаратов представлен 18 торговыми наименованиями, 2 дозировками, 17 фирмами-производителями, 4 странами производителями, 4 формами выпуска.

В результате анализа по странам производителям было установлено, что наибольший удельный вес занимает отечественный производитель (77,78%), а наименьший – зарубежный производитель (22,22%), представленный 3 странами: Латвия, Китай, Республика Беларусь.

Среди зарубежных производителей наибольший удельный вес приходится на Китай (50,00%), а наименьший – на Латвию (25,00%) и Республику Беларусь (25,00%).

Кроме того, был проведен анализ по странам производителям в зависимости от формы выпуска. В результате проведенного анализа было установлено, что лекарственные препараты представлены 3 странами: Россия (86,66%), Латвия (6,67%), Республика Беларусь (6,67%), а фармацевтические субстанции представлены 2 странами: Россия (33,33%) и Китай (66,67%).

Анализ по формам выпуска показал, что наибольший удельный вес занимают таблетки (72,22%) и субстанции (16,67%), а наименьший удельный вес приходится на капсулы (5,55%) и сиропы (5,55%). Также было установлено, что

препараты представлены как монокомпонентными лекарственными препаратами 93,33% (14ЛП), так и комбинированными лекарственными препаратами 6,67% (1ЛП).

Анализ лекарственных форм по дозировкам показал, что таблетки представлены одной дозировкой – 50 мг, сиропы также представлены одной дозировкой - 2 мг/мл.

Анализ по фирмам производителям показал, что ассортимент лекарственных препаратов представлен 17 фирмами производителями, среди которых наибольший удельный вес приходится на российские фирмы (76,47%), а наименьший – на зарубежные фирмы (23,53%).

Анализ дат государственной регистрации лекарственных препаратов показал, что за период 2006-2011 гг. зарегистрировано 15 лекарственных препаратов, в т.ч.: 2006, 2008, 2009, 2010, 2011 гг. зарегистрировано 33,33% (5ЛП), 26,67% (4ЛП), 20,00% (3ЛП), 13,33% (2ЛП), 6,67% (1ЛП) соответственно и 3 фармацевтических субстанции, в т.ч.: 2008, 2009 гг. зарегистрировано 66,67% (2 Фармацевтические субстанции) и 33,33% (1 Фармацевтическая субстанция) соответственно.

Кроме того, в качестве объектов исследования могут выступать товарные отчеты по продажам лекарственных препаратов аптек, аптечных сетей, фармдистрибьюторов (ЦВ «Протек», «Катрен» и др.).

#### *АВС-анализ ассортимента лекарственных средств*

Важное значение при анализе ассортимента лекарственных средств имеет метод АВС- анализа, который базируется на использовании правила Парето (20% ассортимента лекарственных препаратов приносит 80% выручки аптечной организации (аптечной сети) или расходования бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ)) [7]. АВС- анализ позволяет распределить препараты по показателю выручка (для аптечных организаций) или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ). При проведении анализа мож-

но руководствоваться алгоритмом, предложенным в работах Каракуловой Е.В [6], Фролова М.Ю.[7].

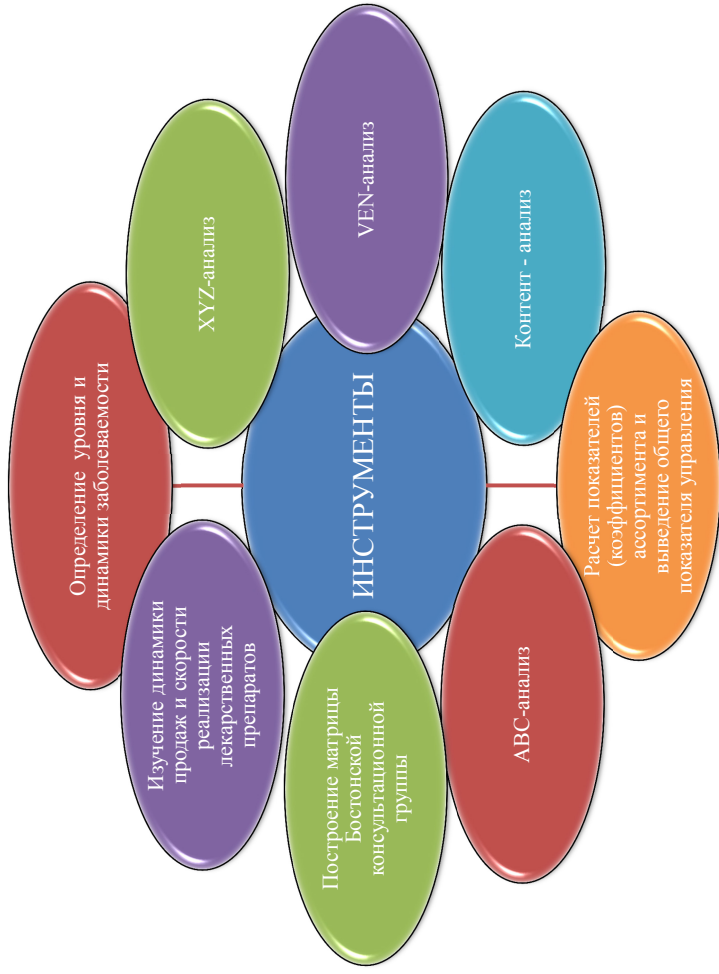


Рис. 19. Инструменты, используемые при анализе фармацевтического рынка противовирусных лекарственных средств

В соответствии с алгоритмом, предложенным Каракуловой Е.В [6], на 1 этапе определяется цель анализа, на 2 этапе выделяются объекты анализа, 3-й этап предполагает выделение признака (-ов) для дифференцирования объектов, на 4-м этапе проводится формирование информационного массива для проведения анализа, 5-й этап предполагает оценку и распределение объектов по выбранным признакам, 6-й и 7-й этапы предполагают распределение объектов на группы с последующей их интерпретацией.

Этот алгоритм исследования может использоваться для изучения ассортимента лекарственных препаратовкупаемых в лечебно-профилактических учреждениях и продаж препаратов в аптечных организациях (аптечных сетях).

В основе метода ABC-анализа лежит распределение лекарственных препаратов на 3 группы (рис. 20) [6,7,8].

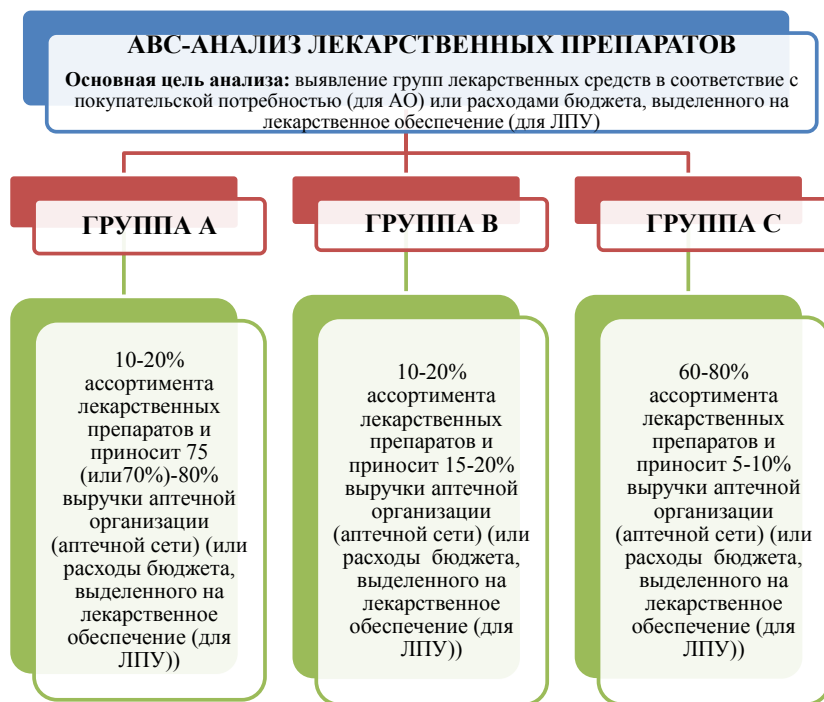


Рис. 20. Распределение лекарственных препаратов на группы в соответствии с ABC-анализом

АВС- анализ может проводиться как в рамках МНН, так и по торговым наименованиям [7].

Основная цель при проведении АВС- анализа достигается получением объективной картины расходования бюджетных средств на лекарственное обеспечение (для лечебно-профилактических учреждений) [7] или полученной выручки (для аптечных организаций).

**ПРИМЕР.** На основании товарных отчетов по продажам противовирусных лекарственных препаратов аптечной сети «Диолла» за период с 1 января 2012 по 31 декабря 2012 г. провести АВС-анализ по торговым наименованиям и МНН.

В таблице 2 представлены исходные данные, взятые из товарного отчета по продажам противовирусных лекарственных препаратов по аптечной сети «Диолла» за период с 1 января 2012 по 31 декабря 2012 г.

Таблица 2

Исходные данные из товарного отчета по продажам противовирусных лекарственных препаратов по аптечной сети «Диолла» за период с 1 января 2012 по 31 декабря 2012 г.

Торговое наименование ЛП/МНН	Количество проданных упаковок	Доля от общего	Сумма продаж, руб.	Доля от общего
Амиксин табл.125мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)/ Тилорон	447,00	0,75%	346 360,99	2,80%
Амиксин табл.125мг №6 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)/ Тилорон	513,00	0,86%	270 029,32	2,18%
Амиксин табл.60мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)/ Тилорон	85,00	0,14%	42 673,28	0,34%
Анаферон детский табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия)/ Анаферон	8 633,00	14,44%	1 248 884,83	10,09%
Анаферон табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия)/ Анаферон	3 781,00	6,32%	532 514,94	4,30%
Арбидол капс.100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)/ Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	9 746,00	16,30%	1 858 745,11	15,01%
Арбидол капс.100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)/ Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	467,00	0,78%	184 171,89	1,49%
Арбидол капс.100мг №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)/ Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	25,00	0,04%	19 895,07	0,16%

Арбидол табл.50мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия) / Метилфенилтио-метил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	1 076,00	1,80%	132 401,54	1,07%
Арбидол табл.50мг №20 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия) / Метилфенилтио-метил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	2 244,00	3,75%	480 696,93	3,88%
Ацикловир Акри табл.200мг №20 Акрихин ОАО (Россия)/ Ацикловир	4 761,00	7,96%	193 012,49	1,56%
Ацикловир Акри табл.400мг №20 Акрихин ОАО (Россия)/ Ацикловир	1 252,00	2,09%	202 463,80	1,64%
Ацикловир Белупо крем 5% туба 2г Belupo Pharmaceuticas d.d. (Хорватия)/ Ацикловир	768,00	1,28%	42 755,48	0,35%
Ацикловир Белупо крем 5% туба 2г Hexal AG (Германия)/ Ацикловир	67,00	0,11%	5 366,92	0,04%
Ацикловир Гексал крем 5% туба 2г Hexal AG (Германия)/ Ацикловир	8,00	0,01%	614,70	0,00%
Ацикловир мазь 5% туба 5г Акрихин ОАО (Россия)/ Ацикловир	963,00	1,61%	23 174,08	0,19%
Ацикловир мазь 5% туба 5г Вертекс ЗАО (Россия)/ Ацикловир	1 377,00	2,30%	22 898,80	0,18%
Ацикловир мазь 5% туба 5г Синтез ОАО (Россия)/ Ацикловир	1 134,00	1,90%	21 153,98	0,17%
Ацикловир мазь 5% туба 5г Белмедпрепараты РУП (Беларусь)/ Ацикловир	102,00	0,17%	1 549,26	0,01%
Ацикловир мазь 5% туба 5г Нижфарм ОАО (Россия)/ Ацикловир	110,00	0,18%	2 265,63	0,02%
Ацикловир табл.200мг №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия)/ Ацикловир	387,00	0,65%	6 982,24	0,06%
Ацикловир табл.200мг №20 Синтез ОАО (Россия)/ Ацикловир	153,00	0,26%	3 021,89	0,02%
Ацикловир табл.400мг №20 Озон ООО (Россия)/ Ацикловир	226,00	0,38%	33 914,64	0,27%
Ацикловир Форте табл.400мг №20 Оболенское ФП ЗАО (Россия)/ Ацикловир	43,00	0,07%	6 250,80	0,05%
Зеффикс табл.п/о 100мг №28 SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания)/ Ламивудин	48,00	0,08%	129 925,73	1,05%
Зовиракс гл.мазь 3% туба 4,5г Draxis Pharma (Канада)/ Ацикловир	10,00	0,02%	4 068,88	0,03%
Зовиракс крем 5% 2г SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания)/ Ацикловир	2,00	0,00%	173,40	0,00%
Зовиракс крем 5% 5г SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания)/ Ацикловир	891,00	1,49%	170 823,78	1,38%
Зовиракс лиоф.д/инф.250 мг N5 фл. GlaxoSmithKline S.p.A (Италия)/ Ацикловир	30,00	0,05%	47 813,58	0,39%
Зовиракс табл.200мг №25 Glaxo Wellcome (Испания)/ Ацикловир	76,00	0,13%	64 725,97	0,52%
Изопринозин табл.500мг №20 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия)/ Инозин пранобекс	31,00	0,05%	16 156,71	0,13%
Изопринозин табл.500мг №30 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия)/ Инозин пранобекс	432,00	0,72%	350 229,63	2,83%
Изопринозин табл.500мг №50 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия)/ Ино-	1 048,60	1,75%	1 279 079,60	10,33%



зин пранобекс				
Ингавирин капсул. 90мг №7 Валента Фармацевтика ОАО (Россия)/ Имидазолилэтанамид пентандиовой кислоты	997,00	1,67%	388 974,17	3,14%
Кагоцел табл. 12мг №10 Ниармедик Плюс ООО (Россия)/ Кагоцел	8 303,00	13,89%	1 731 819,02	13,99%
Лавомакс табл. п/о 125мг №10 Нижфарм ОАО (Россия)/ Тилорон	43,00	0,07%	32 043,65	0,26%
Лавомакс табл. п/о 125мг №6 Нижфарм ОАО (Россия)/ Тилорон	1 132,00	1,89%	481 560,60	3,89%
Оксалин мазь д/наруж. 3% 10г туба Нижфарм ОАО (Россия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	57,00	0,10%	5 448,07	0,04%
Оксалин мазь наз. 0,25% 10г Нижфарм ОАО (Россия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	3 531,00	5,91%	75 577,01	0,61%
Оксалин мазь наз. 0,25% 10г Биосинтез ОАО (Россия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	30,00	0,05%	610,00	0,00%
Оксалин мазь наз. 0,25% 10г Зеленая дубрава (Россия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	88,00	0,15%	2 284,00	0,02%
Оксалин мазь наз. 0,25% 10г STADA ARZNEIMITTEL AG (Германия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	3,00	0,01%	96,40	0,00%
Орвирем фл. сироп 100мл Олифен корпорация ЗАО (Россия)/ Римапентин	257,00	0,43%	51 806,60	0,42%
Панавир ампул. 0,004% 5мл №5 Мосхимфармпрепараты им. Н.А. Семашкo ОАО (Россия)/ Картофеля побегов экстракт	97,00	0,16%	352 584,36	2,85%
Панавир гель защитный 3г Мосхимфармпрепараты им. Н.А. Семашкo ОАО (Россия)/ Картофеля побегов экстракт	323,00	0,54%	54 071,84	0,44%
Панавир супп. рект. 200мг №5 Мосхимфармпрепараты им. Н.А. Семашкo ОАО (Россия)/ Картофеля побегов экстракт	143,00	0,24%	213 706,50	1,73%
Релентол капсул. 200мг №140 Schering-Plough (Португалия)/ Рибавирин	68,00	0,11%	353 271,02	2,85%
Релентол капсул. 200мг №140 Schering-Plough (Португалия)/ Рибавирин	7,00	0,01%	8 676,83	0,07%
Ремантадин Олайнфарм табл. 0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия)/ Римапентин	10,00	0,02%	1 253,30	0,01%
Ремантадин табл. 0,05г №20 Биосинтез ОАО (Россия)/ Римапентин	2 612,00	4,37%	147 840,39	1,19%
Ремантадин табл. 0,05г №20 Биохимик ОАО (Россия)/ Римапентин	283,00	0,47%	21 650,04	0,17%
Ремантадин табл. 0,05г №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия)/ Римапентин	381,00	0,64%	23 293,60	0,19%
Ремантадин табл. 0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия)/ Римапентин	25,00	0,04%	3 361,70	0,03%
Рибавирин табл. 200мг №30 Канонфарма продакшн ЗАО (Россия)/ Рибавирин	36,00	0,06%	16 551,51	0,13%
Рибавирин табл. 200мг №60 Канонфарма продакшн ЗАО (Россия)/ Рибавирин	92,00	0,15%	66 353,98	0,54%
Рибавирин-Верте капсул. 200мг №30 Вертекс ЗАО (Россия)/ Рибавирин	15,00	0,03%	8 066,56	0,07%
Тамифлю капсул. 75мг №10 F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария)/ Осельтамивир	142,00	0,24%	148 614,05	1,20%

Тамифлю пор.д/приг.сусп.д/приема внутрь 12мг/мл 30г F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария)/ Оселтамивир	4,00	0,01%	5 187,66	0,04%
Фамвир табл.125мг №10 Novartis Farmaceutica (Испания)/ Фамцикловир	90,90	0,15%	113 945,13	0,92%
Фамвир табл.250мг №21 Novartis Farmaceutica (Испания)/ Фамцикловир	81,76	0,14%	328 111,75	2,65%
Итого:	59 788,26	100,00	12 381 555,63	100,00

В результате исследования было установлено, что ассортимент противовирусных лекарственных препаратов, имеющийся в данной аптечной сети, представлен 15 действующими веществами по МНН, 60 торговыми наименованиями (ТН) (таблица 3).

Таблица 3

АВС - анализ ТН противовирусных лекарственных препаратов, представленных по аптечной сети «Диолла», за период с 1 января 2012 по 31 декабря 2012 г.

Торговое наименование ЛП/МНН	Выручка (сумма продаж), руб.	Доля от общего, %	Накопленная доля, %	АВС
Арбидол капс.100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия) / Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	1 858 745,11	15,01%	15,01%	A
Кагоцел табл.12мг №10 Ниармедик Плюс ООО (Россия)/ Кагоцел	1 731 819,02	13,99%	29,00%	A
Изопринозин табл.500мг №50 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия)/ Инозин пранобекс	1 279 079,60	10,33%	39,33%	A
Анаферон детский табл.№20 Материя Медика Холдинг НФП ООО (Россия)/ Анаферон	1 248 884,83	10,09%	49,42%	A
Анаферон табл.№20 Материя Медика Холдинг НФП ООО (Россия)/ Анаферон	532 514,94	4,30%	53,72%	A
Лавомакс табл.п/о 125мг №6 Нижфарм ОАО (Россия) / Тилорон	481 560,60	3,89%	57,61%	A
Арбидол табл.50мг №20 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия) / Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	480 696,93	3,88%	61,49%	A
Ингавирин капс.90мг №7 Валента Фармацевтика ОАО (Россия) / Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты	388 974,17	3,14%	64,63%	A
Ребетол капс.200мг №140 Schering-Plough (Португалия) / Рибавирин	353 271,02	2,85%	67,48%	A
Панавир ампл.0,004% 5мл №5 Мосхимфармпрепараты им.Н.А.Семашко ОАО (Россия) / Картофеля побегов экстракт	352 584,36	2,85%	70,33%	A

Изопринозин табл.500мг №30 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия) / Инозин пранобекс	350 229,63	2,83%	73,16%	A
Амиксин табл.125мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия) / Тилорон	346 360,99	2,80%	75,96%	A
Фамвир табл.250мг №21 Novartis Farmaceutica (Испания)/ Фамцикловир	328 111,75	2,65%	78,61%	A
Амиксин табл.125мг №6 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия) / Тилорон	270 029,32	2,18%	80,79%	A
Панавир супп.рект.200мг №5 Мосхимфарм-препараты им.Н.А.Семашко ОАО (Россия) / Картофеля побегов экстракт	213 706,50	1,73%	82,51%	B
Ацикловир Акри табл.400мг №20 Акрихин ОАО (Россия) / Ацикловир	202 463,80	1,64%	84,15%	B
Ацикловир Акри табл.200мг №20 Акрихин ОАО (Россия) / Ацикловир	193 012,49	1,56%	85,71%	B
Арбидол капсул.100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия) / Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксифроминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	184 171,89	1,49%	87,20%	B
Зовиракс крем 5% 5г SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания)/ Ацикловир	170 823,78	1,38%	88,58%	B
Тамифлю капсул.75мг №10 F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария) / Осельтамивир	148 614,05	1,20%	89,78%	B
Ремантадин табл.0,05г №20 Биосинтез ОАО (Россия) / Римантадин	147 840,39	1,19%	90,97%	B
Арбидол табл.50мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)/ Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксифроминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	132 401,54	1,07%	92,04%	B
Зеффикс табл.п/о 100мг №28 SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания) / Ламивудин	129 925,73	1,05%	93,09%	B
Фамвир табл.125мг №10 Novartis Farmaceutica (Испания)/ Фамцикловир	113 945,13	0,92%	94,01%	B
Оксолин мазь наз.0,25% 10г Нижфарм ОАО (Россия) / Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	75 577,01	0,61%	94,62%	B
Рибавирин табл.200мг №60 Канонфарма продакшн ЗАО (Россия)/ Рибавирин	66 353,98	0,54%	95,16%	B
Зовиракс табл.200мг №25 Glaxo Wellcome (Испания) / Ацикловир	64 725,97	0,52%	95,68%	C
Панавир гель защитный 3г Мосхимфармпрепараты им.Н.А.Семашко ОАО (Россия)/ Картофеля побегов экстракт	54 071,84	0,44%	96,11%	C
Орвирем фл.сироп 100мл Олифен корпорация ЗАО (Россия)/ Римантадин	51 806,60	0,42%	96,53%	C
Зовиракс лиоф.д/инф.250 мг N5 фл. GlaxoSmithKline S.p.A (Италия) / Ацикловир	47 813,58	0,39%	96,92%	C
Ацикловир Белупо крем 5% туба 2г Belupo Pharmaceuticals d.d. (Хорватия) / Ацикловир	42 755,48	0,35%	97,26%	C
Амиксин табл.60мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)/ Тилорон	42 673,28	0,34%	97,61%	C
Ацикловир табл.400мг №20 Озон ООО (Россия)/ Ацикловир	33 914,64	0,27%	97,88%	C
Лавомакс табл.п/о 125мг №10 Нижфарм ОАО	32 043,65	0,26%	98,14%	C

(Россия)/ Тилорон				
Ремантадин табл.0,05г №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия)/ Римантадин	23 293,60	0,19%	98,33%	С
Ацикловир мазь 5% туба 5г Акрихин ОАО (Россия)/ Ацикловир	23 174,08	0,19%	98,52%	С
Ацикловир мазь 5% туба 5г Вертекс ЗАО (Россия)/ Ацикловир	22 898,80	0,18%	98,70%	С
Ремантадин табл.0,05г №20 Биохимик ОАО (Россия)/ Римантадин	21 650,04	0,17%	98,88%	С
Ацикловир мазь 5% туба 5г Синтез ОАО (Россия)/ Ацикловир	21 153,98	0,17%	99,05%	С
Арбидол капсул.100мг №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)/ Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	19 895,07	0,16%	99,21%	С
Рибавирин табл.200мг №30 Канонфарма продакшн ЗАО (Россия)/ Рибавирин	16 551,51	0,13%	99,34%	С
Изопринозин табл.500мг №20 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия) / Инозин пранобекс	16 156,71	0,13%	99,47%	С
Реленза пор.д/инг.доз. 5 мг/доза №4 дозы, ротадиски №5 Glaxo Wellcome Production (Франция) / Занамибир	8 676,83	0,07%	99,54%	С
Рибавирин-Верте капсул.200мг №30 Вертекс ЗАО (Россия)/ Рибавирин	8 066,56	0,07%	99,61%	С
Ацикловир табл.200мг №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия)/ Ацикловир	6 982,24	0,06%	99,66%	С
Ацикловир Форте табл.400мг №20 Оболенское ФП ЗАО (Россия)/ Ацикловир	6 250,80	0,05%	99,71%	С
Оксалин мазь д/наруж.3% 10г туба Нижфарм ОАО (Россия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	5 448,07	0,04%	99,76%	С
Ацикловир Белупо крем 5% туба 2г Hexal AG (Германия)/ Ацикловир	5 366,92	0,04%	99,80%	С
Тамифлю пор.д/приг.сусп.д/приема внутрь 12мг/мл 30г F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария)/ Осельтамивир	5 187,66	0,04%	99,84%	С
Зовиракс гл.мазь 3% туба 4,5г Draxis Pharma (Канада)/ Ацикловир	4 068,88	0,03%	99,87%	С
Ремантадин табл.0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия)/ Римантадин	3 361,70	0,03%	99,90%	С
Ацикловир табл.200мг №20 Синтез ОАО (Россия) / Ацикловир	3 021,89	0,02%	99,92%	С
Оксалин мазь наз.0,25% 10г Зеленая дубрава (Россия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	2 284,00	0,02%	99,94%	С
Ацикловир мазь 5% туба 5г Нижфарм ОАО (Россия)/ Ацикловир	2 265,63	0,02%	99,96%	С
Ацикловир мазь 5% туба 5г Белмедпрепараты РУП (Беларусь)/ Ацикловир	1 549,26	0,01%	99,98%	С
Ремантадин Олайнфарм табл.0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия)/ Римантадин	1 253,30	0,01%	99,99%	С
Ацикловир Гексал крем 5% туба 2г Hexal AG (Германия)/ Ацикловир	614,70	0,00%	99,99%	С
Оксалин мазь наз.0,25% 10г Биосинтез ОАО (Россия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидрона-	610,00	0,00%	100,00%	С

фталиин				
Зовиракс крем 5% 2г SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания)/ Ацикловир	173,40	0,00%	100,00%	С
Оксолин мазь наз.0,25% 10г STADA ARZNEIMITTEL AG (Германия)/ Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	96,40	0,00%	100,00%	С
Итого:	12 381 555,63	100,00	---	---

Дальнейший анализ позволил распределить все торговые наименования (ТН) противовирусных лекарственных препаратов на АВС-группы по показателю сумма продаж (выручка). Целью данного исследования было выявление МНН и ТН противовирусных лекарственных препаратов в соответствии с потребностью покупателей, т.е. спросом на конкретные противовирусные лекарственные препараты. Результаты расширенного АВС - анализа торговых наименований противовирусных лекарственных препаратов, представленных по аптечной сети, за период с 1 января 2012 по 31 декабря 2012 г. приведены в приложение 8. Было установлено, что *А-группу* составляют 14 торговых наименований (что составляет 23,33% ассортимента ЛП приносящего 80,79% выручки) противовирусных лекарственных препаратов. Лидерам по продажам в группе А являются 4 торговых наименования ЛП: Арбидол капс.100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия), Кагоцел табл.12мг №10 Ниармедик Плюс ООО (Россия), Изопринозин табл.500мг №50 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия), Анаферон детский табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия). *Группа В* представлена 12 торговыми наименованиями ЛП (что составляет 20% ассортимента ЛП приносящего 14,37% выручки). Лидерам по продажам в группе В являются следующие торговых наименования ЛП: Панавир супп.рект.200мкг №5 Мосхимфармпрепараты им.Н.А.Семашко ОАО (Россия), Ацикловир Акри табл.400мг №20 Акрихин ОАО (Россия), Ацикловир Акри табл.200мг №20 Акрихин ОАО (Россия), Арбидол капс.100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия), Зовиракс крем 5% 5г SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания). *Группа С* представлена 34 торговыми наименованиями ЛП (что составляет 56,67% ассортимента ЛП приносящего 4,84% выручки).

Группа препаратов А является наиболее значимой для анализа ассортимента. В анализируемой аптечной сети «Диолла» группа А была представлена такими лекарственными препаратами (Арбидол капс.100мг №10, Кагоцел табл.12мг №10, Изопринозин табл.500мг №50, Анаферон детский табл.№20, Анаферон табл.№20, Лавомакс табл.п/о 125мг №6, Арбидол табл.50мг №20, Ингавирин капс.90мг №7, Ребетол капс.200мг №140, Панавир амп.0,004% 5мл №5, Изопринозин табл.500мг №30, Амиксин табл.125мг №10, Фамвир табл.250мг №21, Амиксин табл.125мг №6).

Далее были проанализированы лидеры продаж среди торговых наименований в группе А, приносящие максимальную выручку аптечной организации.

Было установлено, что лидерами по продажам среди препаратов группы А является Арбидол капс.100мг №10 (выручка 1 858 745,11 руб).

Однако анализ в рамках торговых наименований противовирусных лекарственных препаратов не дает полного представления, а позволяет только выявить лидеры продаж среди торговых наименований, поэтому более целесообразным является проведение ABC-анализа по МНН.

Дальнейший анализ позволил объединить все ТН ЛП по 15 действующим веществам по МНН и провести ABC-анализ по МНН. Результаты ABC-анализа по МНН представлены в таблице 4.

Было установлено, что *группа А* включает 6 МНН (Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир, Анаферон, Кагоцел, Инозин пранобекс, Тилорон и Ацикловир) представленных 35ТН, которые составляют 79,64% от всей выручки по противовирусным ЛП.

Таблица 4

АВС - анализ МНН противовирусных лекарственных препаратов, представленных по аптечной сети «Диолла», за период с 1 января 2012 по 31 декабря 2012 г.

МНН	Торговые наименования	Выручка (сум- ма продаж), руб.	Доля от общего, %	Накоп- ленная доля, %	АВС
Метилфенил- тиометил- диметиламп- нометил- гидроксирбо- миндол карбо- новой кислоты этиловый эфир	Арибдол капс. 100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия); Арибдол табл. 50мг №20 Фармстандарт-Гомскхимфарм ОАО (Россия); Арибдол капс. 100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия); Арибдол табл. 50мг №10 Фармстандарт-Гомскхимфарм ОАО (Россия); Арибдол капс. 100мг №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)	2 675 910,54	21,61%	21,61%	A
Анаферон	Анаферон детский табл. №20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия); Анаферон табл. №20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия)	1 781 399,77	14,39%	36,00%	A
Кагоцел	Кагоцел табл. 12мг №10 Ниярмедик Плюс ООО (Россия)	1 731 819,02	13,99%	49,99%	A
Изоприно- принобекс	Изопринозин табл. 500мг №50 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия); Изопринозин табл. 500мг №30 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия); Изопринозин табл. 500мг №20 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия)	1 645 465,94	13,29%	63,28%	A
Тилорон	Лавомакс табл. п/о 125мг №6 Ниярфарм ОАО (Россия); Амиксин табл. 125мг №10 Фармстандарт-Гомскхимфарм ОАО (Россия); Амиксин табл. 125мг №6 Фармстандарт-Гомскхимфарм ОАО (Россия); Амиксин табл. 60мг №10 Фармстандарт-Гомскхимфарм ОАО (Россия); Лавомакс табл. п/о 125мг №10 Ниярфарм ОАО (Россия)	1 172 667,84	9,47%	72,75%	A
Ацикловир	Ацикловир Акри табл. 400мг №20 Акрихин ОАО (Россия); Ацикловир Акри табл. 200мг №20 Акрихин ОАО (Россия) / Ацикловир; Зовиракс крем 5% 5г SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания); Зовиракс табл. 200мг №25 Glaxo Wellcome (Испания); Зовиракс лиоф./инфр. 250 мг N5 фл. GlaxoSmithKline S.p.A (Италия); Ацикловир Белупо крем 5% туба 2г Belupo Pharmaceuticals d.d. (Хорватия); Ацикловир табл. 400мг №20 Озон ООО (Россия); Ацикловир мазь 5% туба 5г Акрихин ОАО (Россия); Ацикловир мазь 5% туба 5г Вертекс ЗАО (Россия); Ацикловир мазь 5% туба 5г Синтез ОАО (Россия); Ацикловир табл. 200мг №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия); Ацикловир Форте табл. 400мг №20 Оболенское ФП ЗАО (Россия); Ацикловир Белупо крем 5% туба 2г Hexal AG (Германия); Зовиракс гл. мазь 3% туба 4,5г Draxis Pharma (Канада);	853 030,32	6,89%	79,64%	A

	Ацикловир табл.200мг №20 Синтез ОАО (Россия); Ацикловир мазь 5% туба 5г Нижфарм ОАО (Россия); Ацикловир мазь 5% туба 5г Белмедпрепараты РУП (Беларусь); Ацикловир Гексал крем 5% туба 2г Hexal AG (Германия); Зовиракс крем 5% 2г SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания)				
Картофеля побегов экстракт	Панавир ампл.0,004% 5мл №5 Мосхимфармпрепараты им.Н.А.Семашко ОАО (Россия); Панавир суппл.рект.200мг №5 Мосхимфармпрепараты им.Н.А.Семашко ОАО (Россия); Панавир гель защитный 3г Мосхимфармпрепараты им.Н.А.Семашко ОАО (Россия); Рибавирин табл.200мг №140 Schering-Plough (Португалия); Рибавирин табл.200мг №60 Канонфарма продакшн ЗАО (Россия); Рибавирин табл.200мг №30 Канонфарма продакшн ЗАО (Россия); Рибавирин-Верте капс.200мг №30 Вертекс ЗАО (Россия);	620 362,70	5,01%	84,65%	B
Рибавирин	Ребетол капс.200мг №140 Schering-Plough (Португалия); Рибавирин табл.200мг №60 Канонфарма продакшн ЗАО (Россия); Рибавирин табл.200мг №30 Канонфарма продакшн ЗАО (Россия); Рибавирин-Верте капс.200мг №30 Вертекс ЗАО (Россия);	444 243,07	3,59%	88,24%	B
Фамцикловир	Фамвир табл.250мг №21 Novartis Pharmaceuticals (Испания); Фамвир табл.125мг №10 Novartis Pharmaceuticals (Испания); Ингавирин капс.90мг №7 Валента Фармацевтика ОАО (Россия)	442 056,88	3,57%	91,81%	B
Имидазолил-этанамид пентандиовой кислоты	Ингавирин капс.90мг №7 Валента Фармацевтика ОАО (Россия)	388 974,17	3,14%	94,95%	B
Римантадин	Ремантадин табл.0,05г №20 Биосинтез ОАО (Россия); Орвирем фл.сироп 100мл Олифен корпорация ЗАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Биохимик ОАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Олайнфарм А.С (Латвия); Ремантадин Олайнфарм табл.0,05г №20 Олайнфарм А.С (Латвия)	249 205,63	2,01%	96,96%	C
Осельтамивир	Тамифлю капс.75мг №10 F. Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария); Тамифлю пор. д/приема внутрь 12мг/мл 30г F. Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария)	153 801,71	1,24%	98,20%	C
Ламивудин	Зеофлекс табл./о 100мг №28 SmithKline Beecham Pharmaceuticals (Великобритания)	129 925,73	1,05%	99,25%	C
Диоксигетрагидроксигетрагидронафталин	Оксолин мазь наз.0,25% 10г Нижфарм ОАО (Россия); Оксолин мазь д/наруж.3% 10г туба Нижфарм ОАО (Россия); Оксолин мазь наз.0,25% 10г Зеленая дубрава (Россия); Оксолин мазь наз.0,25% 10г Биосинтез ОАО (Россия); Оксолин мазь наз.0,25% 10г STADA ARZNEIMITTEL AG (Германия)	84 015,48	0,68%	99,93%	C
Занамивир	Реленза пор.д/инт.доз. 5 мг/доза №4 дозы, ротадиски №5 Glaxo Wellcome Production (Франция)	8 676,83	0,07%	100,00%	C
15МНН	60ПН	12 381 555,63	100,00%	-----	---



Данная группа представлена лекарственными препаратами для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ (Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир, Анаферон, Кагоцел, Инозин пранобекс, Тилорон) и лечения герпетических инфекций (Ацикловир).

*Группа В* включает в себя 4 МНН (Картофеля побегов экстракт, Рибавирин, Фамцикловир, Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты) представленных 10ТН. В данную группу входят препараты для лечения герпетических инфекций (Картофеля побегов экстракт, Фамцикловир), гриппа и ОРВИ (Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты), гепатитов (Рибавирин).

В *группе С* находятся 5 МНН (Римантадин, Осельтамивир, Ламивудин, Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин, Занамивир) представленных 15ТН. Данная группа в основном представлена лекарственными препаратами для лечения гриппа и ОРВИ (Римантадин, Осельтамивир, Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин, Занамивир) и ВИЧ-инфекции (Ламивудин). Нахождение этих препаратов в данной группе обусловлено тем, что большинство из них имеют высокую стоимость и отпускаются из аптечных организаций по рецепту врача (Римантадин, Осельтамивир, Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин, Занамивир, Ламивудин), а также некоторые из препаратов данной группы пользуются низким спросом (Римантадин, Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин) в связи с отсутствием рекламы на данные препараты в медицинских изданиях и низкой эффективностью.

#### *XYZ- анализ ассортимента лекарственных средств*

Помимо АВС- анализа при изучении ассортимента лекарственных препаратов необходимо использовать XYZ- анализ, который позволяет оценить стабильность продаж лекарственных препаратов в аптечных организациях (сетях). При проведении исследования все лекарственные препараты делят на 3 группы (рис. 21) [8].



Рис. 21. Распределение ЛП на группы в соответствии с XYZ-анализом

Анализ литературных источников [1,8] показал, что при анализе ассортимента лекарственных препаратов лучше использовать XYZ-анализ в сочетании с ABC-анализом. При этом весь ассортимент, представленный в аптечной организации (аптечной сети) можно разделить на 9 групп (рис. 22).



Рис. 22. Совместное использование ABC и XYZ-анализа ассортимента ЛП представленных в аптечных организациях (аптечных сетях) [8]

Совместное использование ABC и XYZ-анализа ассортимента лекарственных препаратов:

- позволяет выявить группы лекарственных препаратов, которые пользуется наибольшей популярностью среди покупателей, и одновременно продажи этой группы лекарственных средств являются стабильными (группа AX);
- совмещение двух этих видов анализа помогает увидеть группы лекарственных препаратов, которые пользуется наименьшим спросом или не пользуется спросом вообще, и одновременно покупательская потребность в этих лекарственных препаратах очень изменчива (группа CZ) [8].

ABC-анализ в сочетании XYZ- анализом позволяет:

- увеличить действенность оборачиваемость ассортимента лекарственных средств;
- увеличить количество лекарственных средств из групп AX, AY, BX, BY;
- обнаружить сезонные колебания в продажах препаратов;
- более эффективно распределить работу сотрудников аптеки в соответствии с их опытом работы и квалификацией, снизить время, затрачиваемое на проведение анализа потребности аптеки в лекарственных препаратах [8].

Кроме ABC и XYZ- анализа важное значение имеет VEN-анализ, который позволяет распределить ассортимент лекарственных средств на 3 группы в зависимости от степени важности для пациента (рис. 23) [7].



Рис. 23. Распределение ЛП на группы в соответствии с VEN-анализом

С целью упрощения анализа весь ассортимент лекарственных препаратов можно разделить на 2 группы: V (англ. vital, жизненно-важные) и N (англ. non-essential, неважные или второстепенные). К жизненно-важным можно отнести препараты, входящие в Перечень ЖНВЛП, утвержденный Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2014 года №2782-р, а все остальные – второстепенным. Этот метод анализа позволяет получить объективную картину распределения препаратов в зависимости от их использования и степени важности для пациента [7].

По данным литературных источников [17] VEN-анализ необходимо проводить совместно с ABC-анализом. VEN-анализ позволяет оценить рациональность (разумность) расходования финансовых средств на лекарственное обеспечение. Результаты ABC/VEN-анализа в масштабах страны позволят провести оценку эффективности реализации государственных программ лекарственного обеспечения в целом с позиций клинической фармакологии и принципов рациональной фармакотерапии. Необходимо выявить лекарственные средства, входящие в категорию А (наиболее затратные), при этом не имеющие доказательств эффективности и безопасности (категория N (D) VEN-анализа). Эти сведения позволят сделать научно обоснованные рекомендации по включению или исключению определенных лекарственных средств из Перечней лекарственных средств по МНН и по ТН [17].

Другим важным инструментом при анализе фармацевтического рынка противовирусных лекарственных средств является расчет показателей ассортимента (коэффициент широты, коэффициент глубины, коэффициент структуры, коэффициент полноты, коэффициент обновления, коэффициент устойчивости и коэффициент гармоничности) (рис.24) [9,10].

Рассмотрим основные понятия и расчет коэффициентов, характеризующих ассортимент лекарственных препаратов.

*Широта ассортимента (или широта торговых наименований)* – это количество ассортиментных групп (фармакотерапевтических групп), представленных в продаже в аптечной организации (аптечной сети).

*Коэффициент широты ( $K_{ш}$ )* – это отношение количества групп (фармакотерапевтических групп), подгрупп товаров имеющихся в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Ш факт.) к количеству групп количества групп (фармакотерапевтических групп) , подгрупп товаров представленных в Государственном реестре лекарственных средств (Ш баз.). Рассчитать его можно по формуле:

$$K_{ш} = \text{Ш факт.} / \text{Ш баз.}$$

*Полнота ассортимента (или полнота торговых наименований)* – это количество ассортиментных единиц, представленных в аптечной организации (аптечной сети). Характеризуется числом подвидов (лекарственные формы) одного вида товара, представленных в аптечной организации (аптечной сети).

*Коэффициент полноты ( $K_{п}$ )* – это отношение количества наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющихся в наличии в аптечной организации (П факт.) к количеству наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, разрешенных к применению в стране, т.е. зарегистрированных в Государственном реестре лекарственных средств (П баз.). Его рассчитывают по формуле:  $K_{п} = \text{П факт.} / \text{П баз.}$

*Глубина ассортимента* – это количество разновидностей одного вида товара (МНН, торговое наименование), представленных в аптечной организации (аптечной сети).

*Коэффициент глубины ( $K_{г}$ )* - это отношение количества наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющихся в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Г факт.) к количеству наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы (ФТГ), разрешенных к применению в стране (Г баз.). *Коэффициент глубины ( $K_{г}$ )* – это отношение количества разновидностей (лекарственная форма отдельного наименования в соответствующей дозировке и фасовке определенного производителя) одного вида товара, представленных в аптечной организации (глубина фактическая), к

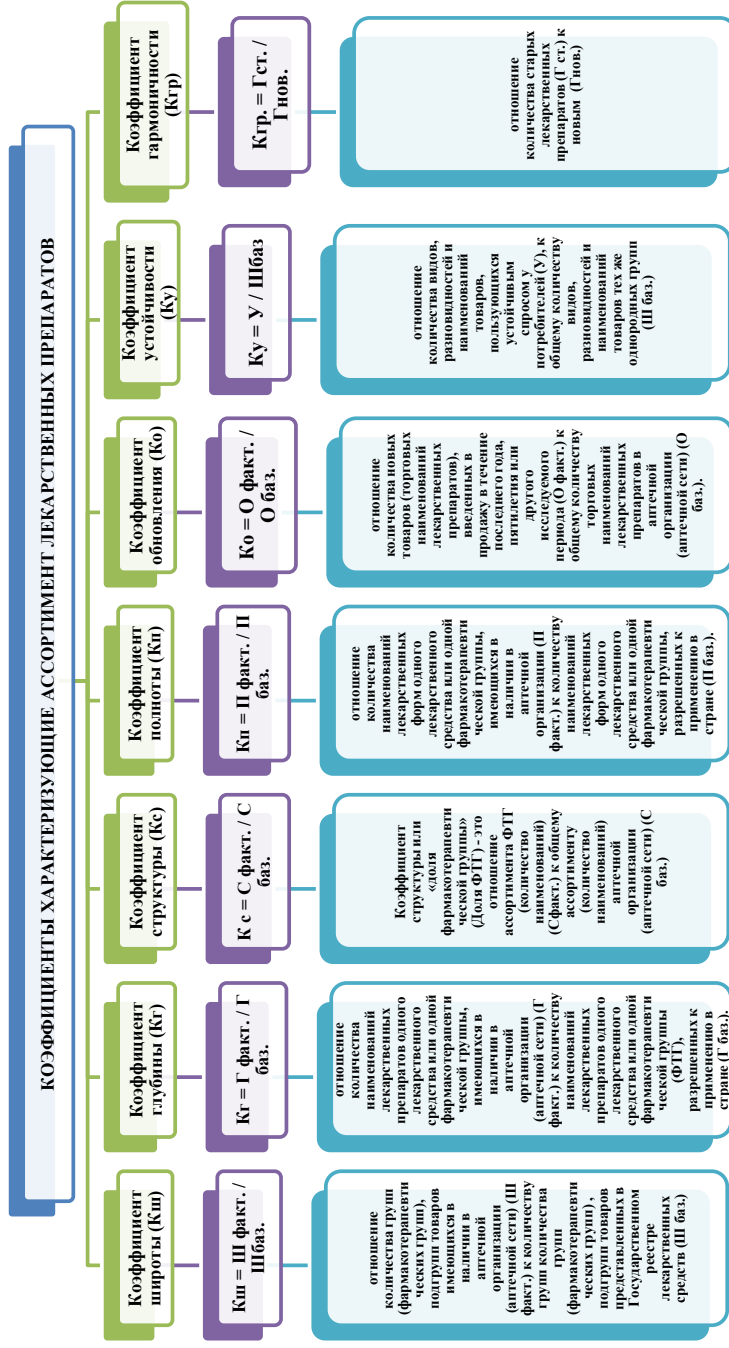


Рис. 24. Коэффициенты характеризующие ассортимент ЛП в аптечной организации (аптечной сети)

максимально возможному количеству разновидностей (глубина базовая). Рассчитывается по формуле:  $K_g = G_{\text{факт.}} / G_{\text{баз.}}$

*Структура ассортимента* – это состав ассортиментных или фармакотерапевтических групп, входящих в ассортимент и количественное соотношение между ними. *Структура ассортимента* – это количественное соотношение групп, подгрупп, видов, наименований отдельных препаратов в общем наборе товаров. Для того, чтобы рассчитать структуру ассортимента необходимо знать общее количество товаров, входящих в ассортимент аптечной организации (аптечной сети) и количество товаров, входящих в состав отдельных групп. Для характеристики структуры ассортимента используется понятие «доля фармакотерапевтической группы» (Доля ФТГ), которая представляет собой отношения ассортимента ФТГ (количество наименований) к общему ассортименту (количество наименований) аптечной организации (аптечной сети). Единица измерения – доля в % или доля от единицы целого.

Кроме расчета по количеству торговых наименований, долю фармакотерапевтической группы можно рассчитывать по товарообороту (т.е. по показателю выручка). Для этого необходимо выручку от продаж ФТГ разделить на общую сумму продаж. На основании полученных данных можно будет рассчитать *коэффициент структуры*

$$K_c = C_{\text{факт.}} / C_{\text{баз.}}$$

*Устойчивость ассортимента* – это изменение показателей широты, полноты, глубины и структуры ассортимента за исследуемые периоды времени.

*Коэффициент устойчивости (Ку)* - это отношение количества видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей (У), к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп (Ш баз.). Рассчитывается по формуле:  $K_u = U / Ш_{\text{баз.}}$ , где У - показатель устойчивости, Ш баз. – показатель широты базовый.

*Обновление ассортимента* – это замена имеющихся товаров новыми с лучшими потребительскими свойствами, которые наиболее полно удовлетворяют потребности потребителей. Для характеристики обновления ассортимента использу-

ется показатель *коэффициент обновления (Ko)* – это отношение количества новых товаров (торговых наименований лекарственных препаратов), введенных в продажу в течение последнего года, пятилетия или другого исследуемого периода (О факт.) к общему количеству торговых наименований лекарственных препаратов в аптечной организации (аптечной сети) или разрешенных к применению в стране, т.е. представленных в Государственном реестре лекарственных средств (О баз.). Его можно рассчитать по формуле:

$$Ko = O \text{ факт.} / O \text{ баз.}$$

*Гармоничность ассортимента* – это соотношение между старыми лекарственными препаратами и новыми. Гармоничность характеризуется степенью однородности ассортимента по отношению к предпочтениям конечного потребителя и коэффициентом гармоничности (Kгр) [9,10].

Эти коэффициенты позволяют оценить ассортимент аптечной организации (или аптечной сети) с различных позиций, провести сопоставление ассортимента, представленного в Государственном реестре лекарственных средств Российской Федерации с представленным в аптечной организации (или аптечной сети), определить общий (интегральный) коэффициент, который дает представление об уровне управления ассортиментом в аптечной организации (аптечной сети) и разработать корректирующие мероприятия. Использование *интегрального показателя управления ассортиментом* для оценки уровня управления ассортиментом в аптечных организациях (аптечных сетях) нашло отражение в работах Проценко Ю.В. [11], Прокофьевой Л.А. с соавторами [12], Кривошиной Н.А. [13], Шлячковой С.Ю. [14].

Интегральный показатель управления ассортиментом представляет собой корень в 7 степени из произведения коэффициента широты, коэффициента глубины, коэффициента структуры, коэффициента полноты, коэффициента обновления, коэффициента устойчивости и коэффициента гармоничности. Расчет интегрального показателя управления ассортиментом проводится по формуле.

$$K = \sqrt[7]{K_{ш} \times K_{г} \times K_{с} \times K_{п} \times K_{о} \times K_{у} \times K_{зп}}$$



где Кш - коэффициент широты, Кг - коэффициент глубины, Кс - коэффициент структуры, Кп - коэффициент полноты, Ко - коэффициент обновления, Ку - коэффициент устойчивости, Кгр - коэффициент гармоничности.

На основании рассчитанного интегрального показателя управления ассортиментом с использованием шкалы [13,14] (0-0,4 – неудовлетворительный ассортимент; 0,41-0,7-удовлетворительный ассортимент; 0,71-0,9-хороший ассортимент; 0,9-1,0-отличный ассортимент) можно определить уровень управления ассортиментом в аптечной организации (аптечной сети).

**ПРИМЕР.** На основании данных Государственного реестра лекарственных лекарственных средств и товарных отчетов по продажам противовирусных лекарственных препаратов по аптечной сети «Диолла» провести расчет коэффициентов (коэффициент широты, коэффициент глубины, коэффициент структуры, коэффициент полноты, коэффициент обновления, коэффициент устойчивости и коэффициент гармоничности), характеризующих ассортимент лекарственных препаратов. Базируясь на полученных значениях 7 коэффициентов рассчитать общий (интегральный) показатель ассортимента лекарственных препаратов, оценить уровень управления в аптечной сети.

*Коэффициент широты (Кш).* Ассортимент противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ по данным Государственного реестра лекарственных средств представлен 3 подгруппами, а в аптечной сети «Диолла» присутствуют также 3 подгруппы (таблица 5), следовательно  $K_{шЛП} \text{ для лечения гриппа и ОРВИ} = \frac{Ш \text{ факт.}}{Ш \text{ баз.}} = 3/3 = 1,00$ .

Таблица 5

Подгруппы противовирусных ЛП для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ, представленные в Государственном реестре ЛС и по аптечной сети «Диолла»

Код АТХ	Наименование подгруппы	Представлены в Государственном реестре лекарственных средств	Представлены в аптечной сети «Диолла»	<i><b>Кш = Ш факт. / Ш баз.</b></i>
J05AC	Циклические амины	+	+	<b><i>3/3 = 1,00</i></b>
J05AH	Ингибиторы нейраминидазы	+	+	
J05AX	Прочие противовирусные препараты	+	+	
	Итого:	3 подгруппы	3 подгруппы	

*Коэффициент полноты (Кп).* Ассортимент противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ по данным Государственного реестра лекарственных средств представлен 43ТН, а в аптечной сети «Диолла» представлено 30ТН (таблица 6), следовательно, ***Кп для лечения гриппа и ОРВИ = П факт. / П баз. = 30/43 = 0,698.***

Таблица 6

Количество торговых наименований противовирусных ЛП для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ, представленные в Государственном реестре ЛС и по аптечной сети «Диолла»

Код АТХ	Наименование подгруппы	Кол-во ТН в Государственном реестре лекарственных средств	Кол-во ТН в аптечной сети «Диолла»	Кп для подгрупп
J05AC	Циклические амины	15	6	0,40
J05AH	Ингибиторы нейраминидазы	4	3	0,75
J05AX	Прочие противовирусные препараты	24	21	0,875
	Итого	43ТН	30ТН	<b><i>Кп = П факт. / П баз. = 30/43 = 0,698</i></b>

*Коэффициент глубины (Кг).* По данным Государственного реестра ЛС ассортимент противовирусных ЛП для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ представлен 6 лекарственными формами (таблетки, капсулы, сироп, порошок для приготовления суспензии для приёма внутрь, мазь, порошок для ингаляций), а в аптечной сети «Диолла» присутствуют также 6 лекарственных форм (таблица 7), поэтому: ***Кг для лечения гриппа и ОРВИ = Г факт. / Г баз. = 6/6 = 1,00***

Таблица 7

Количество лекарственных форм противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ, представленные в Государственном реестре лекарственных средств и по аптечной сети «Диолла»

Код АТХ	Наименование подгруппы	Кол-во ЛФ в Государственном реестре лекарственных средств	Кол-во ЛФ в аптечной сети	Кг для подгрупп
J05AC	Циклические амины	3	2	0,667
J05AH	Ингибиторы нейраминидазы	3	3	1,00
J05AX	Прочие противовирусные препараты	3	3	1,00
		6	6	<b><i>Кг = Г факт. /</i></b>

				<b>Г баз. = 1,00</b>
--	--	--	--	----------------------

*Коэффициент структуры (Кс) ассортимента.* Коэффициент структуры (Кс) ассортимента – это доля подгрупп в группе противовирусных лекарственных препаратов. По данным Государственного реестра лекарственных средств ассортимент противовирусных лекарственных препаратов для профилактики и лечения гриппа и ОРВИ представлен 43 ТН, а по аптечной сети «Диолла» представлены только 30 ТН. (таблица 8). Определим удельный вес каждой подгруппы и рассчитаем коэффициенты структуры.

Таблица 8

Удельный вес подгрупп в группе противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ представленных в Государственном реестре лекарственных средств и в аптечной сети «Диолла»

Код АТХ	Наименование подгруппы	Кол-во ТН в Гос.реестре лекарственных средств	Уд. вес подгруппы, %	Кол-во ТН в аптечной сети «Диолла»	К структуры для подгрупп
J05AC	Циклические амины	15	34,88	6	0,400
J05AH	Ингибиторы нейраминидазы	4	9,30	3	0,750
J05AX	Прочие противовирусные препараты	24	55,82	21	0,883
	Итого	43 ТН	<b>100</b>	30ТН	<b>К структуры = 30/43 = 0,698</b>

*Коэффициент устойчивости (Ку).* Коэффициент устойчивости (Ку) представляет собой отношение числа дней в течение которых ЛП пользовался спросом (находился в предложении) к общему числу рабочих дней, за исследуемый период. Его рассчитывают по формуле:  $K_u = \frac{Дпр}{Драб}$ , где Д пр - число дней в течение которых лекарственный препарат пользовался спросом (находился в предложении); Д раб – общее число рабочих дней, за исследуемый период.

Общее число рабочих дней исследуемого периода равно 365. Количество торговых наименований противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ составляет 30 ТН. Проведем расчет коэффициен-

та устойчивости для каждого торгового наименования противовирусного лекарственного препарата. Результаты представлены в таблице 9.

Таблица 9

Распределение торговых наименований противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ в зависимости от устойчивости спроса на них (период исследования 1 год)

<b>МНН</b>	<b>Торговые наименования</b>	<b>Кол-во дней, когда препарат использовался устойчивым спросом</b>	<b>К устойчивости</b>
Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	Арбидол капс. 100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия);	324	0,888
	Арбидол табл. 50мг №20 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	305	0,836
	Арбидол капс. 100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия);	316	0,866
	Арбидол табл. 50мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	300	0,822
	Арбидол капс. 100мг №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)	301	0,825
Анаферон	Среднее значение	310	<b>0,847</b>
	Анаферон детский табл. №20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия);	353	0,967
	Анаферон табл. №20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия)	340	0,931
Кагоцел	Среднее значение	347	<b>0,949</b>
	Кагоцел табл. 12мг №10 Ниармедик Плюс ООО (Россия)	325	0,890
	Среднее значение	325	<b>0,890</b>
Инозин пранобекс	Изопринозин табл. 500мг №50 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия);	156	0,427
	Изопринозин табл. 500мг №30 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия);	121	0,332
	Изопринозин табл. 500мг №20 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия)	92	0,252
Тилорон	Среднее значение	123	<b>0,337</b>
	Лавомакс табл. п/о 125мг №6 Нижфарм ОАО (Россия);	261	0,715
	Амиксин табл. 125мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	351	0,962
	Амиксин табл. 125мг №6 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	342	0,937
	Амиксин табл. 60мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	203	0,556
	Лавомакс табл. п/о 125мг №10 Нижфарм ОАО (Россия)	300	0,822
	Среднее значение	291	<b>0,798</b>

Имидзопилэтанамид пентандиовой кислоты	Ингавирин капсул. 90мг №7 Валента Фармацевтика ОАО (Россия)	201	0,551
	Среднее значение	201	<b>0,551</b>
Римантадин	Ремантадин табл. 0,05г №20 Биосинтез ОАО (Россия);	122	0,334
	Орвирем фл.сироп 100мл Олифен корпорация ЗАО (Россия);	203	0,556
	Ремантадин табл. 0,05г №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия);	155	0,425
	Ремантадин табл. 0,05г №20 Биохимик ОАО (Россия);	114	0,312
	Ремантадин табл. 0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия);	12	0,033
	Ремантадин Олайнфарм табл. 0,05г. №20 Olainfarm A.S (Латвия)	15	0,041
	Среднее значение	104	<b>0,284</b>
Осельтамивир	Тамифлю капсул. 75мг №10 F. Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария);	15	0,041
	Тамифлю пор. д/приг. сусп. д/приема внутрь 12мг/мл 30г F. Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария)	2	0,005
	Среднее значение	9	<b>0,046</b>
Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	Оксолин мазь наз. 0,25% 10г Нижфарм ОАО (Россия);	20	0,055
	Оксолин мазь наз. 0,25% 10г Зеленая дубрава (Россия);	2	0,005
	Оксолин мазь наз. 0,25% 10г Биосинтез ОАО (Россия);	12	0,033
	Оксолин мазь наз. 0,25% 10г STADA ARZNEIMITTEL AG (Германия)	5	0,014
	Среднее значение	10	<b>0,027</b>
Занамивир	Релenza пор. д/инг. доз. 5 мг/доза №4 дозы, роталиски №5 Glaxo Wellcome Production (Франция)	5	0,014
	Среднее значение	5	<b>0,014</b>

В дальнейшем проведем расчет коэффициента устойчивости для каждой подгруппы противовирусных лекарственных препаратов для лечения гриппа и ОРВИ (таблица 10).

Таблица 10

Коэффициенты устойчивости ассортимента противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ для подгрупп и группы

Код АТХ	Наименование подгруппы	Торговые наименования, представленные в аптечной сети «Диолла»	К устойчивости для подгрупп
J05AC	Циклические амины	Ремантадин табл.0,05г №20 Биосинтез ОАО (Россия); Орвирем фл.сироп 100мл Олифен корпорация ЗАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Биохимик ОАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия); Ремантадин Олайнфарм табл.0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия)	0,334 0,556 0,425 0,312 0,033 0,041
		СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	0,284
J05AN	Ингибиторы нейраминидазы	Тамифлю капс.75мг №10 F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария); Тамифлю пор.д/приг.сусп.д/приема внутрь 12мг/мл 30г F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария); Реленза пор.д/инг.доз. 5 мг/доза №4 дозы, ротадиски №5 Glaxo Wellcome Production (Франция)	0,041 0,005 0,014
		СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	0,020
J05AX	Прочие противовирусные препараты	Арбидол капс.100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия); Арбидол табл.50мг №20 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Арбидол капс.100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия); Арбидол табл.50мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Арбидол капс.100мг №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия); Анаферон детский табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия); Анаферон табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия); Кагоцел табл.12мг №10 Ниармедик Плюс ООО (Россия); Изопринозин табл.500мг №50 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия); Изопринозин табл.500мг №30 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия); Изопринозин табл.500мг №20 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия); Лавомакс табл.п/о 125мг №6 Нижфарм ОАО (Россия); Амиксин табл.125мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Амиксин табл.125мг №6 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Амиксин табл.60мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Лавомакс табл.п/о 125мг №10 Нижфарм ОАО (Россия); Ингавирин капс.90мг №7 Валента Фармацевтика ОАО (Россия); Оксалин мазь наз.0,25% 10г Нижфарм ОАО (Россия); Оксалин мазь наз.0,25% 10г Зеленая дубрава (Россия); Оксалин мазь наз.0,25% 10г Биосинтез ОАО (Россия); Оксалин мазь наз.0,25% 10г STADA ARZNEIMITTEL AG (Германия)	0,888 0,836 0,866 0,822 0,825 0,967  0,931 0,890 0,427  0,332 0,252  0,715 0,962  0,937 0,556 0,822 0,551 0,055 0,005 0,033 0,014
		СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ	0,628
	Итого	СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ КОЭФФИЦИЕНТА УСТОЙЧИВОСТИ ДЛЯ ГРУППЫ	0,311

*Коэффициент обновления (Ко).* Количество новых торговых наименований противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ поступивших в продажу в аптечную сеть за период 1 год составило 11 ТН, общий ассортимент противовирусных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ составляет 30 ТН (таблица 11).

Таблица 11

Распределение новых и старых противовирусных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ по подгруппам появившихся в продаже в аптечной сети «Диолла» (исследуемый период 1 год)

Код АТХ	Наименование подгруппы	Торговые наименования, представленные в аптечной сети «Диолла»	Новый (Н) / старый (С) ЛП в зависимости от поступления в аптечную сеть
J05AC	Циклические амины	Ремантадин табл.0,05г №20 Биосинтез ОАО (Россия); Орвирем фл.сироп 100мл Олифен корпорация ЗАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Биохимик ОАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия); Ремантадин Олайнфарм табл.0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия)	С С Н Н Н Н
		К обновления для подгруппы	4/6 = 0,667
J05AH	Ингибиторы нейраминидазы	Тамифлю капсул.75мг №10 F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария); Тамифлю пор.д/приг.сусп.д/приема внутрь 12мг/мл 30г F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария); Реленза пор.д/инг.доз. 5 мг/доза №4 дозы, ротадиски №5 Glaxo Wellcome Production (Франция)	С Н С
		К обновления для подгруппы	1/3 = 0,333
J05AX	Прочие противовирусные препараты	Арбидол капсул.100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия); Арбидол табл.50мг №20 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Арбидол капсул.100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия); Арбидол табл.50мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Арбидол капсул.100мг №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия); Анаферон детский табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия); Анаферон табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия); Кагоцел табл.12мг №10 Ниармедик Плюс ООО (Россия); Изопринозин табл.500мг №50 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия); Изопринозин табл.500мг №30 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия); Изопринозин табл.500мг №20 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия);	С С Н С С С С Н Н



		Лавомакс табл.п/о 125мг №6 Нижфарм ОАО (Россия); Амиксин табл.125мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Амиксин табл.125мг №6 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Амиксин табл.60мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия); Лавомакс табл.п/о 125мг №10 Нижфарм ОАО (Россия); Ингавирин капс.90мг №7 Валента Фармацевтика ОАО (Россия); Оксолин мазь наз.0,25% 10г Нижфарм ОАО (Россия); Оксолин мазь наз.0,25% 10г Зеленая дубрава (Россия); Оксолин мазь наз.0,25% 10г Биосинтез ОАО (Россия); Оксолин мазь наз.0,25% 10г STADA ARZNEIMITTEL AG (Германия)	С С  С С С С С Н Н Н
		К обновления для подгруппы	6/21 = 0,286
	Итого	КОЭФФИЦИЕНТ ОБНОВЛЕНИЯ ДЛЯ ГРУППЫ	<b>0,367</b>

*Коэффициент гармоничности (Кгр).* Количество новых торговых наименований противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ (год регистрации 2009, 2010 и 2011 гг.) в аптечной сети составило 14ТН, общий ассортимент противовирусных препаратов составляет 30ТН (таблица 12), следовательно,  $K_{гр} = (17/30) / (13/30) = 1,309$

Таблица 12

Распределение новых и старых противовирусных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ в аптечной сети «Диолла» в зависимости от даты государственной регистрации

Код АТХ	Наименование подгруппы	Торговые наименования, представленные в аптечной сети «Диолла»	Новый (Н) / старый (С) ЛП в зависимости от даты гос. регистрации
J05AC	Циклические амины	Ремантадин табл.0,05г №20 Биосинтез ОАО (Россия); Орвирем фл.сироп 100мл Олифен корпорация ЗАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Татхимфармпрепараты ОАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Биохимик ОАО (Россия); Ремантадин табл.0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия); Ремантадин Олайнфарм табл.0,05г №20 Olainfarm A.S (Латвия)	07.04.2009(Н) 20.03.2008(С) 29.12.2006(С) 18.08.2010(Н) 24.03.2009(Н) 24.03.2009(Н)
		К гармоничности для подгруппы	= (2/6)/(4/6) = 0,499
J05AN	Ингибиторы нейраминидазы	Тамифлю капс.75мг №10 F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария); Тамифлю пор.д/приг.сусп.д/приема внутрь 12мг/мл 30г F.Hoffmann-La Roche Ltd. (Швейцария); Реленза пор.д/инг.доз. 5 мг/доза №4 дозы, ротадиски №5 Glaxo Wellcome Production (Франция)	09.06.2010(Н) 07.06.2010(Н) 31.05.2007(С)
		К гармоничности для подгруппы	= (1/3)/(2/3) = 0,499
J05AX	Прочие противовирусные	Арбидол капс.100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия);	10.05.2007(С)

препараты	Арбидол табл.50мг №20 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	19.11.2007(С)
	Арбидол капс.100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия);	10.05.2007(С)
	Арбидол табл.50мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	19.11.2007(С)
	Арбидол капс.100мг №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия);	10.05.2007(С)
	Анаферон детский табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия);	31.05.2007(С)
	Анаферон табл.№20 Материа Медика Холдинг НФП ООО (Россия);	10.03.2009(Н)
	Кагоцел табл.12мг №10 Ниармедик Плюс ООО (Россия);	19.11.2007(С)
	Изопринозин табл.500мг №50 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия);	18.09.2008(С)
	Изопринозин табл.500мг №30 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия);	18.09.2008(С)
	Изопринозин табл.500мг №20 Lusomedicamenta-Sociedade Tecnica Farmaceutica (Португалия);	18.09.2008(С)
	Лавомакс табл.п/о 125мг №6 Нижфарм ОАО (Россия);	28.09.2009(Н)
	Амиксин табл.125мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	24.01.2008(С)
	Амиксин табл.125мг №6 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	24.01.2008(С)
	Амиксин табл.60мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия);	24.01.2008(С)
	Лавомакс табл.п/о 125мг №10 Нижфарм ОАО (Россия);	28.09.2009(Н)
	Ингавирин капс.90мг №7 Валента Фармацевтика ОАО (Россия);	07.08.2008(С)
	Оксолин мазь наз.0,25% 10г Нижфарм ОАО (Россия);	24.11.2009(Н)
	Оксолин мазь наз.0,25% 10г Зеленая дубрава (Россия);	12.04.2010(Н)
	Оксолин мазь наз.0,25% 10г Биосинтез ОАО (Россия);	09.06.2010(Н)
	Оксолин мазь наз.0,25% 10г STADA ARZNEIMITTEL AG (Германия)	15.08.2011(Н)
	К гармоничности для подгруппы	$= (14/21) / (7/21) = 2,00$
Итого	КОЭФФИЦИЕНТ ГАРМОНИЧНОСТИ ДЛЯ ГРУППЫ	$= (17/30) / (13/30) = 1,309$

Оценка уровня управления ассортиментом противовирусных ассортиментом противовирусных препаратов осуществлялась с использованием интегрального показателя управления ассортиментом. Результаты расчета интегрального коэффициента для группы противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ приведены в таблице 13.

Таблица 13

Коэффициенты для расчета *интегрального показателя управления ассортиментом* для противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ

Кш	Кг	Кс	Кп	Ко	Ку	Кгр	<b>К</b>	Заключение
1,00	1,00	0,698	0,698	0,367	0,311	1,309	<b>0,688</b>	Удовлетворительный

Значение интегрального показателя управления ассортиментом для противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ равно **0,688**, что свидетельствует о том, что уровень управления ассортиментом противовирусных лекарственных препаратов удовлетворительный.

### *Матрица Бостонской консультационной группы*

Большое значение при анализе ассортимента лекарственных препаратов имеет то, что исследуемые препараты находятся на разных стадиях жизненного цикла. Для исследования данной особенности используется матрица Бостонской консультационной группы (БКГ) (англ. - The Boston Consulting Group, BCG), которая была разработана Брюсом Хендерсоном еще в конце 1960-х годов [15,16].

С графической точки зрения матрица БКГ представляет собой четыре квадрата, которые строятся в двухмерной системе координат: по вертикальной оси располагаются «темпы роста продаж» («высокие» и «низкие»), а по горизонтальной оси откладывается «относительная доля рынка» («высокие» и «низкие») (рис. 25) [16].

Темп роста рынка	Высокий (более 10%)	«Трудные дети» (или «Вопросительные знаки»)	«Звезды»
	Низкий (менее 10%)	«Собаки»	«Дойные коровы»
		Низкая (меньше 1)	Высокая (больше 1)
		Относительная доля рынка	

Рис. 25. Матрица Бостонской консультационной группы [16]

Все лекарственные препараты в соответствии с матрицей БКГ можно разделить на следующие группы: «Звезды», «Дойные коровы», «Трудные дети» (или «Вопросительные знаки»), «Собаки». Лекарственные препараты, на которые приходится значительная часть быстро развивающегося рынка (высокая скорость роста рынка (темп роста) и высокая доля рынка аптечной сети) получили название «Звезды». Лекарственные препараты, имеющие низкую скорость роста рынка

(темп роста) и высокую долю рынка аптечной сети называются «Дойными коровами». К категории «Трудных детей» относят препараты, имеющие высокую скорость роста рынка (темп роста) и низкую долю рынка аптечной сети. Лекарственные препараты, которые имеют низкую скорость роста рынка (темп роста) и низкую долю рынка аптечной сети относят к категории «Собаки».

*Основные показатели матрицы БКГ.*

*1. Относительная доля рынка.* Для расчета относительной доли рынка делим абсолютную долю рынка товара компании на анализируемом сегменте на долю рынка ведущего конкурента в анализируемом сегменте. Относительная доля рынка откладывается по горизонтальной оси матрицы и является показателем конкурентоспособности товара компании в отрасли.

Если значение относительной доли рынка товара компании больше единицы, то товар компании занимает сильное положение на рынке и имеет высокую относительную долю рынка. Если значение относительной доли рынка меньше единицы, то товар компании имеет более слабые позиции на рынке в сравнении с ведущим конкурентом и его относительная доля считается низкой.

*2. Темп роста рынка.* Темпа роста рынка рассчитывается как среднее взвешенное значение среди всех сегментов рынка, на которых действует компания. Откладывается по вертикальной оси матрицы БКГ и является показателем зрелости, насыщенности и привлекательности рынка, на котором компания реализует свои товары или услуги.

Если показатель темпа роста рынка больше 10% - рынок быстрорастущий или рынок с высоким темпом роста. Если показатель роста рынка меньше 10% - рынок медленно растущий или рынок с низким темпом роста.

*3. Объем продаж.* Объем продаж показывается в матрице БКГ через размер окружности. Чем больше размер, тем выше объем продаж. Информация собирается на основе имеющейся внутренней статистики компании и представляет наглядно, на каких рынках концентрируются основные денежные средства компании [16]. Пример заполнения матрицы Бостонской консультационной группы представлен на рис. 26.






Темп роста рынка	Высокий (более 10%)	«Трудные дети» (или «Вопросительные знаки» 	«Звезды» 
	Низкий (менее 10%)	«Собаки»  	«Дойные коровы» 
		Низкая (меньше 1)	Высокая (больше 1)
		Относительная доля рынка	

Рис. 26. Пример заполнения матрицы Бостонской консультационной группы [16]

*Интерпретация результатов матрицы БКГ.* В результате построения матрицы БКГ все группы или отдельные ЛП аптечной организации (сети) разбиваются на 4 квадранта (рисунок 27). Стратегия развития группы препаратов зависит от того, в каком квадранте находится лекарственный препарат.

<p><b>«ТРУДНЫЕ ДЕТИ» (ИЛИ «ВОПРОСИТЕЛЬНЫЕ ЗНАКИ»)</b></p> <p>1. Высокий темп роста продаж. 2. Низкая доля рынка. 3. Необходимы большие инвестиции в поддержку и развитие. 4. Маленькая прибыль в краткосрочном периоде. 5. Начальная точка для новых лекарственных препаратов</p>	<p><b>«ЗВЕЗДЫ»</b></p> <p>1. Высокий темп роста продаж. 2. Высокая доля рынка. 3. Высокий уровень прибыли. 4. Для дальнейшего роста необходимы большие инвестиции</p>
<p><b>«СОБАКИ»</b></p> <p>1. Низкий темп роста продаж. 2. Низкая доля рынка. 3. Новый лекарственный препарат потерпевший неудачу, или старый препарат, долго находящийся на фармацевтическом рынке</p>	<p><b>«ДОЙНЫЕ КОРОВЫ»</b></p> <p>1. Низкий темп роста продаж. 2. Высокая доля рынка. 3. Дальнейший рост практически невозможен. 4. Расходы на удержание позиций ниже, чем получаемая прибыль. 5. Уровень прибыли высокий</p>

Рис. 27. Описание 4 квадрантов матрицы БКГ

**ПРИМЕР.** На основании данных, представленных в таблице 14, построить матрицу БКГ для ЛП, входящих в группу противовирусных ЛС для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ

Таблица 14

Данные для построения Матрицы Бостонской консультационной группы (БКГ) для противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ (по МНН)

Наименование противовирусного лекарственного препарата (МНН)	Объём реализации		Доля рынка		Относительная доля рынка	Темп роста
	2012	2013 прогноз	Аптечная сеть "Диолда"	Аптечная сеть "Радуга"		
Арбидол	2 675 910,54	4 500 000	12	9	133,33	1,68
Анаферон	1781399,77	2500000	10	9	111,11	1,40
Кагоцел	1731819,02	2000000	13	10	130,00	1,15
Инозин пранобекс	1 645 465,94	1500000	7	6	116,67	0,91
Тилорон	1172667,84	1500000	6	5	120,00	1,28
Имидазолилэтанамид пентандиовой кислоты	388974,17	300000	9	15	60,00	0,77
Римантадин	249 205,63	150000	7	10	70,00	0,60
Осельтамивир	153 801,71	200000	9	6	150,00	1,30
Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	84 015,48	50000	9	9	100,00	0,60
Занамивир	8 676,83	10000	4	7	57,14	1,15

На рис. 28 представлена матрица Бостонской консультационной группы (БКГ) для противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ (по МНН). Построение матрицы можно проводить с помощью программы Microsoft Office Excel 2007.

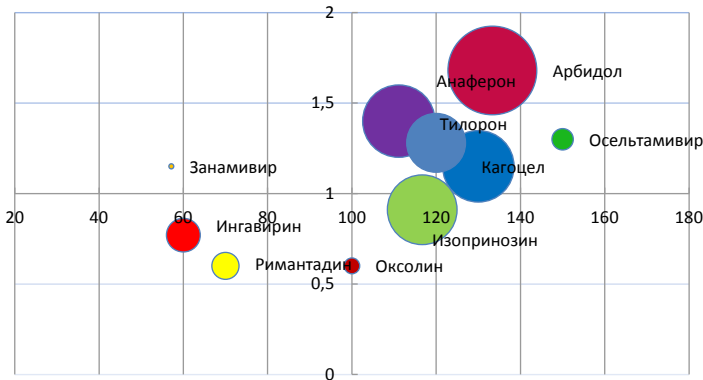


Рис. 28. Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ) для противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ (по МНН)

Из рис. 28 видно, что в соответствии матрицей БКГ к категории:

- «Звезды» (высокая скорость роста рынка (темп роста) и высокая доля рынка аптечной сети) можно отнести следующие лекарственные препараты: АРБИДОЛ, АНАФЕРОН, ТИЛОРОН, КАГОЦЕЛ, ОСЕЛЬТАМИВИР,
- «Дойные коровы» (низкая скорость роста рынка (темп роста) и высокая доля рынка аптечной сети) можно отнести: ИЗОПРИНОЗИН,
- «Трудные дети» (высокая скорость роста рынка (темп роста) и низкая доля рынка аптечной сети) можно отнести: ЗНАМИВИР,
- «Собаки» (низкая скорость роста рынка (темп роста) и низкая доля рынка аптечной сети) можно отнести: ИНГАВИРИН, РИМАНТАДИН, ОКСОЛИН (таблица 15).

Таблица 15

Распределение противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ (по МНН) в соответствии с матрицей БКГ

Скорость роста рынка	Высокая	Звёзды: АРБИДОЛ, АНАФЕРОН, ТИЛОРОН, КАГОЦЕЛ, ОСЕЛЬТАМИВИР	Трудные дети: ЗНАМИВИР
	Низкая	Дойные коровы: ИЗОПРИНОЗИН	Собаки: ИНГАВИРИН, РИМАНТА- ДИН, ОКСОЛИН
		Высокая	Низкая
	Доля рынка аптечной сети		

Построение матрицы БКГ в рамках МНН не дает полного представления о скорости роста рынка и доле рынка аптечной сети, поэтому следующим этапом было построение матриц для торговых наименований противовирусных лекарственных препаратов для лечения и профилактики гриппа и ОРВИ.

**ПРИМЕР.** На основании данных, представленных в таблице 16, построить матрицу Бостонской консультационной группы для торговых наименований лекарственного препарата «Арбидол»



Таблица 16  
Данные для построения Матрицы Бостонской консультационной группы (БКГ) для лекарственного препарата АРБИ-ДОЛ

Наименование лекарственного препарата	Объём реализации		Доля рынка		Относительная доля рынка	Темп роста
	2012	2013 прогноз	аптечная сеть "Диолла"	аптечная сеть "Радуга"		
Арбидол капс. 100мг. №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)	1 858 745,11	3200000	13	10	130,00	1,72
Арбидол табл. 50мг. №20 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)	480 696,93	700000	12	9	133,33	1,46
Арбидол капс. 100мг. №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)	184 171,89	300000	11	7	157,14	1,63
Арбидол табл. 50мг. №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)	132401,54	250000	13	12	108,33	1,89
Арбидол капс. 100мг. №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)	19895,07	50000	9	12	75,00	2,51

На основании данных, представленных в таблице 16, была построена матрица Бостонской консультационной группы (рис. 29).

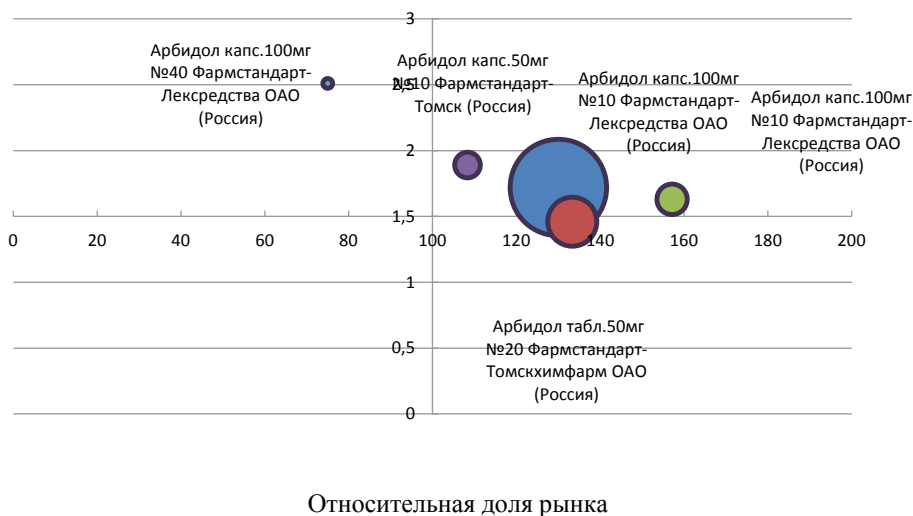


Рис. 29. Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ) для противовирусного лекарственного препарата АРБИДОЛ

Из рис. 29 видно, что в соответствии матрицей БКГ к категории «Звезды» можно отнести 4 торговых наименования: «Арбидол капс.100мг №10 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)», «Арбидол табл.50мг №20 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)», «Арбидол капс.100мг №20 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)», «Арбидол табл.50мг №10 Фармстандарт-Томскхимфарм ОАО (Россия)», к категории «Трудные дети» только одно торговое наименование «Арбидол капс.100мг №40 Фармстандарт-Лексредства ОАО (Россия)». Аналогичные матрицы можно строить и для других торговых наименований противовирусных лекарственных препаратов.

### *Анализ динамики продаж и скорости реализации лекарственных препаратов*

Важным инструментом при изучении фармацевтического рынка лекарственных препаратов, характеризующихся сезонностью спроса, является исследование динамики продаж, что позволяет выявить сезонность спроса на данную группу препаратов. Анализ может проводиться в рамках МНН, торговых наименований; для группы, различных подгрупп. Период исследования может составлять месяц, квартал, полгода, год или другой период.

При изучении динамики продаж важным является определение скорости реализации лекарственных препаратов по аптечной организации (или аптечной сети) [18].

*Скорость реализации* (Ср) – это количество проданных упаковок в день, неделю, месяц. Расчет скорости реализации лекарственных препаратов проводят по формуле:  $Ср = (Он + П) - Ок$ , где  $Он$  и  $Ок$  - остатки лекарственных препаратов на начало и конец анализируемого периода, а  $П$  - количество лекарственных препаратов, поступивших за этот период. Полученное значение скорости реализации позволяет управлять запасами в аптечной организации [1,18].

Все лекарственные препараты, представленные в аптечной организации (аптечной сети) по скорости реализации можно разделить на 4 группы:

1-ая группа лекарственных препаратов реализуется со скоростью одна и более упаковок **в день** в пересчете на 100 тыс. руб. оборота;

2-ая группа лекарственных препаратов реализуется со скоростью одна и более упаковок **в неделю** в пересчете на 100 тыс. руб. оборота;

3-ья группа лекарственных препаратов реализуется со скоростью одна и более упаковок **в 2 недели** в пересчете на 100 тыс. руб. оборота;

4-ая группа лекарственных препаратов реализуется со скоростью **менее** одной упаковки **в 2 недели** в пересчете на 100 тыс. руб. оборота.

**ПРИМЕР.** На основании данных, представленных в таблице 16, определите % товарооборота (в рублях) и долю в структуре ассортимента (в %), распределите лекарственные препараты по скорости их реализации в аптечной сети на 4 группы.

Таблица 17

Ассортимент противовирусных лекарственных препаратов, представленный в аптечной сети «Диолла»

Наименование лекарственного препарата (МНН)	Выручка (сумма продаж), руб.	% от товарооборота по противовирусным ЛП	Количество проданных упаковок, за год	Доля в структуре ассортимента, %
Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир	2 675 910,54		13558	
Анаферон	1 781 399,77		12414	
Кагоцел	1 731 819,02		8303	
Инозин пранобекс	1 645 465,94		1511	
Тилорон	1 172 667,84		2220	
Ацикловир	853 030,32		12360	
Картофеля побегов экстракт	620 362,70		563	
Рибавирин	444 243,07		353	
Фамцикловир	442 056,88		173	
Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты	388 974,17		997	
Римантадин	249 205,63		3568	
Осельтамивир	153 801,71		146	
Ламивудин	129 925,73		48	
Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	84 015,48		3709	
Занамивир	8 676,83		7	
Итого:	12 381 555,63	100,00%	59930	100,00%

На основании данных представленных в таблице 17 была построена таблица 18, показывающая распределение лекарственных препаратов по скорости реализации.

Таблица 18

## Распределение лекарственных препаратов на группы по скорости реализации

Наименование лекарственного препарата (МНН)	Выручка (сумма продаж), руб.	% от товарооборота по производственным ЛП	Количество проданных упаковок за год	Доля в структуре ассортимента, %	Среднее количество упаковок реализованных за месяц	Среднее количество упаковок реализованных за месяц в пересчете на 100 тыс. руб. оборота	Среднее количество упаковок реализованных за неделю	Среднее количество упаковок реализованных за 2 недели в пересчете на 100 тыс. руб. оборота	Среднее количество упаковок реализованных за 2 недели в пересчете на 100 тыс. руб. оборота	Среднее количество упаковок реализованных за 2 недели в пересчете на 100 тыс. руб. оборота	Группа по скорости реализации	
Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксифориндол карбоновой кислоты этиловый эфир	2 675 910,54	21,61%	13558	22,62	1130	42	282	10	565	20	1,4	1
Анаферон	1 781 399,77	14,39%	12414	20,71	1034	58	259	15	517	30	2,1	1
Кагоцел	1 731 819,02	13,99%	8303	13,85	692	40	173	10	346	20	1,4	1
Инозин пранобекс	1 645 465,94	13,29%	1511	2,52	126	8	31	2	62	4	0,29	2
Тилорон	1 172 667,84	9,47%	2220	3,70	185	16	46	4	92	8	0,57	2
Ацикловир	853 030,32	6,89%	12360	20,62	1030	132	258	33	515	66	4,70	1
Картофеля побегов экстракт	620 362,70	5,01%	563	0,94	47	8	12	2	24	4	0,29	2
Рибавирин	444 243,07	3,59%	353	0,59	29	7	7	2	14	4	0,29	2
Фамцикловир	442 056,88	3,57%	173	0,29	14	3	4	0,75	8	1,5	0,11	3
Имидазолилэтанамид пентандиовой кислоты	388 974,17	3,14%	997	1,66	249	64	62	16	124	32	2,29	1
Римантадин	249 205,63	2,01%	3568	5,95	297	119	74	30	148	60	4,29	1
Осельтамивир	153 801,71	1,24%	146	0,24	12	8	3	2	6	4	0,29	2
Ламивудин	129 925,73	1,05%	48	0,08	4	3	1	0,75	2	1,5	0,11	3
Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин	84 015,48	0,68%	3709	6,19	309	368	77	92	154	184	13,14	1
Занамивир	8 676,83	0,07%	7	0,01	0,6	7	0,15	--	0,30	--	---	4
Итого:	12 381 555,63	100,00%	59930	100,00%								

Из таблицы 18 видно, что наибольший % от товарооборота в стоимостном выражении по противовирусным лекарственным препаратам занимают 4 МНН: Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир, Анаферон, Кагоцел, Инозин пранобекс, а в натуральном выражении (т.е. по количеству упаковок): Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир, Анаферон, Ацикловир и Кагоцел.

Все противовирусные ЛП можно разделить на четыре группы: 1-ая группа лекарственных препаратов реализуется со скоростью одна и более упаковок **в день** в пересчете на 100 тыс. руб. оборота (Метилфенилтиометил-диметиламинометил-гидроксиброминдол карбоновой кислоты этиловый эфир, Анаферон, Кагоцел, Ацикловир, Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты, Диоксотетрагидрокситетрагидронафталин, Римантадин); 2-ая группа лекарственных препаратов реализуется со скоростью одна и более упаковок **в неделю** в пересчете на 100 тыс. руб. оборота (Инозин пранобекс, Тилорон, Картофеля побегов экстракт, Рибавирин, Осельтамивир); 3-я группа лекарственных препаратов реализуется со скоростью одна и более упаковок **в 2 недели** в пересчете на 100 тыс. руб. оборота (Фамцикловир, Ламивудин); 4-ая группа лекарственных препаратов реализуется со скоростью **менее** одной упаковки **в 2 недели** в пересчете на 100 тыс. руб. оборота (Занамивир).

Из анализа скорости реализации видно, что лекарственные препараты 1 и 2-ой группы имеют высокую скорость реализации, большой набор ассортиментных позиций, значительную долю выручки. Для 1-ой группы лекарственных препаратов целесообразно предусмотреть большой месячный товарный запас в размере 50-60 уп (2\*30 дней), на 100 тыс. руб оборота. Для 2-ой группы 8-10 уп (2\*4 недели). Для лекарственных препаратов с умеренной скоростью реализации (3-ья группа) - 4уп, а для четвертой группы остатки могут быть представлены одной или двумя упаковками. Таким образом, варьировать товарные запасы можно для 1 и 2 групп, для 3 и 4 из-за замедленной скорости реализации такой вариант не возможен.

## ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

**Задание 1.** На основании данных Государственного реестра лекарственных средств провести контент-анализ ассортимента лекарственных препаратов представленного одним МНН по количеству торговых наименований, фирм производителей, стран производителей, форм выпуска, в зависимости от даты государственной регистрации. Заполнить таблицу.

Таблица 19

Ассортимент лекарственных средств, представленный МНН \_\_\_\_\_

МНН	Торговые наименования (ТН)	Дозировка	Фирма производитель (ФП)	Страна производитель (СП)	Форма выпуска (ФВ)	Дата государственной регистрации (ДГР)

**Варианты заданий:** МНН: Аскорбиновая кислота, Пиридоксин, Тиамин, Цианокобаламин, Ацетилсалициловая кислота, Парацетамол, Фолиевая кислота, Метотрексат, Рибофлавин и др. (по заданию преподавателя).

На основании проведенных исследований сделать выводы по следующей форме:

1. Ассортимент лекарственных средств МНН (Международным непатентованным наименованиям) \_\_\_\_\_ представлен \_\_\_\_ торговыми наименованиями, \_\_\_\_ фирмами-производителями, \_\_\_\_ странами производителями, \_\_\_\_ формами выпуска.

2. Анализ лекарственных средств, представленный МНН \_\_\_\_\_ по количеству стран производителей показал, что наибольший удельный вес занимает отечественный / зарубежный производитель (%), а наименьший – отечественный / зарубежный производитель (%).

Зарубежный производитель представлен \_\_\_\_ странами: \_\_\_\_\_. Среди зарубежных производителей наибольший удельный вес приходится на страны \_\_\_\_\_ (%), а наименьший – на \_\_\_\_\_ (%).

3. Ассортимент лекарственных средств, представленный МНН \_\_\_\_\_ по количеству фирм- производителей показал, что ассортимент представлен \_\_\_\_\_ фирмами производителями, наибольший удельный вес занимают российские / зарубежные фирмы (%). Среди зарубежных фирм преобладают \_\_\_\_\_(%), российских фирм преобладают \_\_\_\_\_(%).

4. Анализ ассортимента лекарственных средств по формам выпуска показал, что наибольший удельный вес занимают \_\_\_\_\_(%) , а наименьший удельный вес приходится на \_\_\_\_\_(%). Также было установлено, что ассортимент лекарственных средств представлен как монокомпонентными лекарственными препаратами (\_\_\_\_%) (\_\_\_\_ЛП), так и комбинированными лекарственными препаратами (\_\_\_\_%) (\_\_\_\_ЛП).

5. Анализ лекарственных форм по дозировкам показал, что \_\_\_\_\_представлены \_\_\_\_\_дозировками, и т.д.

6. Анализ дат государственной регистрации лекарственных препаратов показал, что за период \_\_\_\_\_ гг. зарегистрировано \_\_\_\_\_ торговых наименований лекарственных препаратов, в т.ч.: \_\_\_\_\_ гг. зарегистрировано % (ЛП), % (ЛП), % (ЛП), % (ЛП), % (ЛП) соответственно и \_\_\_\_\_ фармацевтических субстанции, в т.ч.: \_\_\_\_\_ гг. зарегистрировано \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_ Фармацевтические субстанции) и \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_ Фармацевтическая субстанция) соответственно.

**Задание 2.** На основании товарных отчетов по продажам противовирусных лекарственных препаратов аптечной сети «У» за период с 1 января 2012 по 31 декабря 2012 г. провести АВС-анализ по торговым наименованиям и МНН.

**Задание 3.** С использованием программы <https://docs.google.com/forms/> разработать он-лайн анкету для работников аптечных организаций, провести рассылку анкеты по электронной почте студентам по группе (студенты должны ответить на вопросы анкеты), полученные результаты скопировать в отчет по работе. На основании полученных результатов сделать выводы.



*Название анкеты:* Анкета для работников аптечных организаций

*Предисловие:* Уважаемые \_\_\_\_\_! Кафедра фармации ГБОУ ВПО УГМУ Минздрава России проводит исследования по анализу рынка \_\_\_\_\_ с целью \_\_\_\_\_. Пожалуйста, заполните данную анкету. Спасибо за участие в анкетировании!!!

*Вопросы для он-лайн анкеты:*

*Общие вопросы:*

1. ФИО респондента \_\_\_\_\_
2. Занимаемая Вами должность в аптеке
3. В каком городе находится аптека, в которой Вы работаете?
4. Ваше образование?
5. Возраст
6. Стаж работы по данной специальности
7. Квалификационная категория

*Вопросы по ассортименту лекарственных препаратов:*

8. Какие из приведенных \_\_\_\_\_ лекарственных препаратов для \_\_\_\_\_ имеются у Вас в аптеке?
9. Какие из приведенных \_\_\_\_\_ лекарственных препаратов для \_\_\_\_\_ являются лидерами продаж в денежном / натуральном выражении?
10. Какими фирмами производителями представлен в Вашей аптеке лекарственный препарат \_\_\_\_\_?
11. Какие фирмы являются поставщиками \_\_\_\_\_ лекарственных препаратов для \_\_\_\_\_?
12. Из каких источников Вы обычно узнаете о новых \_\_\_\_\_ лекарственных препаратах?

**Задание 4.** На основании данных представленных в таблице, рассчитать общий (интегральный) показатель ассортимента лекарственных препаратов (заполнить таблицу), оценить уровень управления в аптечной сети, предложить комплекс мероприятий по повышению уровня управления ассортиментом в аптечной сети.

Таблица 20

Коэффициенты для расчета общего (интегрального) показателя ассортимента лекарственных препаратов

Кш	Кг	Кс	Кп	Ко	Ку	Кгр	<b>К</b>	Заключение по уровню управления ассортиментом в аптечной сети
1,00	0,70	0,60	0,40	0,90	0,60	0,64		
0,90	0,90	0,70	0,30	0,70	0,50	0,55		
0,80	0,80	0,80	0,70	0,75	0,84	0,35		
0,90	0,70	0,60	0,50	0,68	0,64	0,56		
0,70	0,80	0,60	0,80	0,80	0,75	0,60		
0,80	0,80	0,50	0,60	0,90	0,62	0,55		

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ганичева Л.М., Сысуев Е.Б., Мулик Ю.А., Самохина Е.А. Учебное пособие к практическим занятиям по курсу «Фармацевтическое товароведение» для студентов V курса (IX семестр) фармацевтического факультета. Волгоград, 2008. – 158 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2–е Европ. Изд. – М.; СПб.; К.: Издат. Дом "Вильямс", 2005.
3. Мищенко М. А. Теоретические основы фармацевтического маркетинга. Методы определения потребности и спроса на лекарственные средства. URL: <http://medconfer.com/node/4042> (31.03.2015)
4. Управление и экономика фармации. Учебник. Под ред. В.Л. Багировой – М.: Медицина, 2004. – 720 с.
5. Пашина И.А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения . 2012. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-kak-metod-issledovaniya-dostoinstva-i-ogranicheniya> (25.06.2015).
6. [Каракулова Е.В., Каракулов А.В., Зенкова Ж.Н.](#) ABC-анализ использования лекарственных средств и его модификации. URL: [http://ngmu.ru/cozo/mos/article/text\\_full.php?id=503](http://ngmu.ru/cozo/mos/article/text_full.php?id=503) (25.06.2015).
7. Фролов М.Ю., Барканова О.Н., Шаталова О.В. Методика проведения ABC/VEN-анализа // Лекарственный вестник. – 2012. - №6(46), том 6. – С.3-6. URL: <http://www.volgmed.ru/uploads/journals/articles/1348045361-drugs-bulletin-2012-6-1521.pdf> (26.06.2015).
8. Программа для аптек: применение XYZ-анализа. URL: [http://zakup.vl.ru/252-programma\\_dlya\\_.html](http://zakup.vl.ru/252-programma_dlya_.html) (26.06.2015).
9. Чупандин Е.Е., Ручкин И.В. Управление и экономика фармации. Раздел 2. Организация работы товаропроводящей системы фармацевтического рынка : Учебно-методическое пособие для самостоятельной работы. – Воронеж.: Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2011. – 75 с. URL.: [http://www.pharm.vsu.ru/sources/ueft\\_2.pdf](http://www.pharm.vsu.ru/sources/ueft_2.pdf) (15.03.2015)
10. Дремова Н. Б. Медицинское и фармацевтическое товароведение: Учеб. пособие (курс). - Курск: КГМУ, 2005. – 520 с.
11. Проценко Ю.В. Маркетинговые исследования регионального рынка гомеопатических лекарственных средств на примере Краснодарского края : автореф. дис. ... канд. фарм. наук : 15.00.01 / Проценко Юлия Валентиновна. – Пятигорск, 2009. – 24 с.
12. Прокофьева Л.А., Джупарова И.А. Разработка методики оценки управления ассортиментом лекарственных препаратов в аптеках [Электронный ресурс]. URL.: [http://www.ngmu.ru/cozo/mos/article/text\\_full.php?id=1421](http://www.ngmu.ru/cozo/mos/article/text_full.php?id=1421) (19.03.2015)

13. Крюшина Н.А. Исследование современного состояния лекарственного обеспечения населения гомеопатическими средствами и пути его совершенствования в Волгоградской области : дис. ... канд. фарм. наук : 14.04.03 / Крюшина Надежда Александровна. – Волгоград, 2015. – 122 с. URL.: <http://www.pmedpharm.ru/content/documents/99a3e9a6a477d14e53c27970aa899e54.pdf> (17.04.2015)
14. Шлячкова С.Ю. Маркетинговые аспекты управления ассортиментом товаров аптечных организаций: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Шлячкова Светлана Юрьевна.- Белгород, 2007. - 23с.
15. Брюс Д. Хендерсен. Продуктовый портфель // Бостонская консалтинговая группа BCG Review : Дайджест. - М: Бостонская консалтинговая группа, 2008. - В. 02. - С. 7-8.
16. Матрица Бостонской Консалтинговой Группы: подробный обзор. URL.: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/bcg/> (08.04.2015)
17. Л.Е. Зиганшина, Р.Р. Ниязов, Е.И. Полубенцева, К.И. Сайткулов. Методические рекомендации по проведению ABC-, VEN- и частотного анализа потребления отдельными категориями граждан лекарственных средств при помощи информационных систем. Москва, 2007. - 23 с.
18. Максимкина Е.А., Дорофеева В.В., Лоскутова Е.Е. Анализ ассортимента аптек по скорости реализации // Новая аптека. - 1999.-N 11.-С.9-15
19. Учебное пособие для подготовки к государственному итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки маркетолога по специальности 080111 "МАРКЕТИНГ"/Т.В. Алесинская, Л.Н. Дейнека, А.Н. Проклин, Л.В. Фоменко и др.; Под общей ред. В.Е. Ланкина. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. - 241 с. URL.: <http://www.aup.ru/books/m99/> (17.07.2015)
20. Г.Б. Баканов. Маркетинг: лекции. Таганрог: ТРТУ, 2005 URL.: [http://www.aup.ru/books/m168/4\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m168/4_3.htm) (17.07.2015)

## ПРИЛОЖЕНИЕ. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

**Какие первичные методы выделяют в фармацевтическом маркетинге?**

- А) наблюдение*
- Б) эксперимент*
- В) опрос*
- Г) традиционный анализ документов*
- Д) информативно-целевой анализ*
- Е) контент-анализ документов*

**К вторичным методам, используемым в фармацевтическом маркетинге, относят**

- А) наблюдение*
- Б) эксперимент*
- В) опрос*
- Г) традиционный анализ документов*
- Д) информативно-целевой анализ*
- Е) контент-анализ документов*

**Какая цель преследуется при проведении АВС-анализа?**

- А) определение выручки аптечной организации (аптечной сети);*
- Б) определение стабильности продаж лекарственных препаратов в аптечных организациях (сетях);*
- В) определение расходов бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ));*
- Г) определение степени важности лекарственных препаратов для пациентов*

**АВС-анализ предполагает распределение ассортимента лекарственных препаратов на \_\_\_\_\_ группы**

- А) 2*
- Б) 3*
- В) 4*
- Г) 5*
- Д) 6*
- Е) 10*

**Группа А при проведении АВС-анализа ассортимента лекарственных препаратов составляет**

- А) 10-20% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 75 (или 70%)-80% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*
- Б) 10-20% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 15-20% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*
- В) 60-80% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 5-10% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*

**Группа В при проведении АВС-анализа ассортимента лекарственных препаратов составляет**

- А) 10-20% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 75 (или 70%)-80% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*

*Б) 10-20% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 15-20% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*

*В) 60-80% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 5-10% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*

**Группа С при проведении АВС-анализа ассортимента лекарственных препаратов составляют**

*А) 10-20% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 75 (или 70%)-80% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*

*Б) 10-20% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 15-20% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*

*В) 60-80% ассортимента лекарственных препаратов и приносит 5-10% выручки аптечной организации (аптечной сети) (или расходы бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ))*

**Какая цель преследуется при проведении XYZ-анализа?**

*А) определение выручки аптечной организации (аптечной сети);*

*Б) определение стабильности продаж лекарственных препаратов в аптечных организациях (сетях);*

*В) определение расходов бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ));*

*Г) определение степени важности лекарственных препаратов для пациентов*

**Группа Х при проведении XYZ-анализа включает в себя лекарственные препараты, которые имеют**

*А) стабильные показатели продаж не зависимо от сезонных колебаний, можно проводить прогнозирование продаж на будущее*

*Б) характерна сезонность спроса, поэтому предугадать продажи сложнее, можно лишь говорить о вероятности продаж в те или иные месяцы*

*В) со скачкообразным потреблением, предугадать продажи невозможно*

*Г) нет правильного ответа*

**Группа У при проведении XYZ-анализа включает в себя лекарственные препараты, которые имеют**

*А) стабильные показатели продаж не зависимо от сезонных колебаний, можно проводить прогнозирование продаж на будущее*

*Б) характерна сезонность спроса, поэтому предугадать продажи сложнее, можно лишь говорить о вероятности продаж в те или иные месяцы*

*В) со скачкообразным потреблением, предугадать продажи невозможно*

*Г) нет правильного ответа*

**Группа Z при проведении XYZ-анализа включает в себя лекарственные препараты, которые имеют**

*А) стабильные показатели продаж не зависимо от сезонных колебаний, можно проводить прогнозирование продаж на будущее*

*Б) характерна сезонность спроса, поэтому предугадать продажи сложнее, можно лишь говорить о вероятности продаж в те или иные месяцы*

*В) со скачкообразным потреблением, предугадать продажи невозможно*

Г) нет правильного ответа

**VEN-анализ предусматривает**

- А) определение выручки аптечной организации (аптечной сети);
- Б) определение стабильности продаж лекарственных препаратов в аптечных организациях (сетях);
- В) определение расходов бюджета, выделенного на лекарственное обеспечение (для ЛПУ);
- Г) *определение степени важности лекарственных препаратов для пациентов*

**Сочетание ABC-и XYZ-анализа предполагает распределение ассортимента лекарственных препаратов на \_\_\_ групп**

- А) 2
- Б) 3
- В) 6
- Г) 9
- Д) 12
- Е) 15

**Сочетание ABC-и XYZ-анализа при анализе ассортимента лекарственных препаратов позволяет распределить их в зависимости от**

- А) *потребительской стоимости и стабильности продаж*
- Б) потребительской стоимости и степени важности для пациента
- В) потребительской стоимости и стадии жизненного цикла лекарственного препарата
- Г) *стадии жизненного цикла лекарственного препарата и стабильности продаж*

**Коэффициент широты (Кш) – это отношение количества**

А) *групп (фармакотерапевтических групп), подгрупп товаров имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Ш факт.) к количеству групп количества групп (фармакотерапевтических групп) , подгрупп товаров представленных в Государственном реестре лекарственных средств (Ш баз.);*

Б) *наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (П факт.) к количеству наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, разрешенных к применению в стране, т.е. зарегистрированных в Государственном реестре лекарственных средств (П баз.);*

В) *наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Г факт.) к количеству наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы (ФТГ), разрешенных к применению в стране (Г баз.);*

Г) *видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей (У), к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп (Ш баз.);*

Д) *новых товаров (торговых наименований лекарственных препаратов), введенных в продажу в течение последнего года, пятилетия или другого исследуемого периода (О факт.) к общему количеству торговых наименований лекарственных препаратов в аптечной организации (аптечной сети) или разрешенных к применению в стране, т.е. представленных в Государственном реестре лекарственных средств (О баз.)*

**Коэффициент полноты (Кп) – это отношение количества**

А) *групп (фармакотерапевтических групп), подгрупп товаров имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Ш факт.) к количеству групп количества групп (фармакотерапев-*

тических групп), подгрупп товаров представленных в Государственном реестре лекарственных средств (Ш баз.);

*Б) наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (П факт.) к количеству наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, разрешенных к применению в стране, т.е. зарегистрированных в Государственном реестре лекарственных средств (П баз.);*

*В) наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Г факт.) к количеству наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы (ФТГ), разрешенных к применению в стране (Г баз.);*

*Г) видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей (У), к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп (Ш баз.);*

*Д) новых товаров (торговых наименований лекарственных препаратов), введенных в продажу в течение последнего года, пятилетия или другого исследуемого периода (О факт.) к общему количеству торговых наименований лекарственных препаратов в аптечной организации (аптечной сети) или разрешенных к применению в стране, т.е. представленных в Государственном реестре лекарственных средств (О баз.)*

#### **Коэффициент глубины (Кг) - это отношение количества**

*А) групп (фармакотерапевтических групп), подгрупп товаров имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Ш факт.) к количеству групп количества групп (фармакотерапевтических групп), подгрупп товаров представленных в Государственном реестре лекарственных средств (Ш баз.);*

*Б) наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (П факт.) к количеству наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, разрешенных к применению в стране, т.е. зарегистрированных в Государственном реестре лекарственных средств (П баз.);*

*В) наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Г факт.) к количеству наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы (ФТГ), разрешенных к применению в стране (Г баз.);*

*Г) видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей (У), к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп (Ш баз.);*

*Д) новых товаров (торговых наименований лекарственных препаратов), введенных в продажу в течение последнего года, пятилетия или другого исследуемого периода (О факт.) к общему количеству торговых наименований лекарственных препаратов в аптечной организации (аптечной сети) или разрешенных к применению в стране, т.е. представленных в Государственном реестре лекарственных средств (О баз.)*

#### **Коэффициент устойчивости (Ку) - это отношение количества**

*А) групп (фармакотерапевтических групп), подгрупп товаров имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Ш факт.) к количеству групп количества групп (фармакотерапевтических групп), подгрупп товаров представленных в Государственном реестре лекарственных средств (Ш баз.);*



Б) наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (П факт.) к количеству наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, разрешенных к применению в стране, т.е. зарегистрированных в Государственном реестре лекарственных средств (П баз.);

В) наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Г факт.) к количеству наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы (ФТГ), разрешенных к применению в стране (Г баз.);

Г) видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей (У), к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп (Ш баз.);

Д) новых товаров (торговых наименований лекарственных препаратов), введенных в продажу в течение последнего года, пятилетия или другого исследуемого периода (О факт.) к общему количеству торговых наименований лекарственных препаратов в аптечной организации (аптечной сети) или разрешенных к применению в стране, т.е. представленных в Государственном реестре лекарственных средств (О баз.)

### **Коэффициент обновления (Ко) – это отношение количества**

А) групп (фармакотерапевтических групп), подгрупп товаров имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Ш факт.) к количеству групп количества групп (фармакотерапевтических групп) , подгрупп товаров представленных в Государственном реестре лекарственных средств (Ш баз.);

Б) наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (П факт.) к количеству наименований лекарственных форм одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, разрешенных к применению в стране, т.е. зарегистрированных в Государственном реестре лекарственных средств (П баз.);

В) наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы, имеющих в наличии в аптечной организации (аптечной сети) (Г факт.) к количеству наименований лекарственных препаратов одного лекарственного средства или одной фармакотерапевтической группы (ФТГ), разрешенных к применению в стране (Г баз.);

Г) видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей (У), к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп (Ш баз.);

Д) новых товаров (торговых наименований лекарственных препаратов), введенных в продажу в течение последнего года, пятилетия или другого исследуемого периода (О факт.) к общему количеству торговых наименований лекарственных препаратов в аптечной организации (аптечной сети) или разрешенных к применению в стране, т.е. представленных в Государственном реестре лекарственных средств (О баз.)

### **Какие коэффициенты необходимо учитывать при расчете интегрального показателя управления ассортиментом?**

А) коэффициент широты

Б) коэффициент глубины

В) коэффициент структуры

Г) коэффициент полноты

Д) коэффициент обновления

Е) коэффициент устойчивости

Ж) коэффициент гармоничности

- З) коэффициент текучести
- И) коэффициент лояльности

**Интегральный показатель управления ассортиментом представляет собой**

- А) корень в 7 степени из произведения коэффициента широты, коэффициента глубины, коэффициента структуры, коэффициента полноты, коэффициента обновления, коэффициента устойчивости и коэффициента гармоничности;
- Б) корень в 2 степени из произведения коэффициента широты, коэффициента глубины, коэффициента структуры, коэффициента полноты, коэффициента обновления, коэффициента устойчивости и коэффициента гармоничности;
- В) корень в 5 степени из произведения коэффициента широты, коэффициента глубины, коэффициента структуры, коэффициента полноты, коэффициента обновления, коэффициента устойчивости и коэффициента гармоничности

**Интегральный показатель управления ассортиментом позволяет определить**

- А) уровень управления ассортиментом в аптечной организации (аптечной сети);
- Б) потребительские предпочтения при выборе лекарственных препаратов;
- В) сезонность спроса на лекарственные препараты;
- Г) стабильность продаж лекарственных препаратов;
- Д) нет правильного ответа

**Установите соответствие между значением интегрального показателя и уровнем управления ассортиментом в аптечной организации (аптечной сети)**

Значение показателя

- 1) 0-0,4
- 2) 0,41-0,7
- 3) 0,71-0,9
- 4) 0,9-1,0

Уровень управления

- А) неудовлетворительный уровень
- Б) удовлетворительный уровень
- В) хороший уровень
- Г) отличный уровень

**Матрица Бостонской консультационной группы была разработана**

- А) Б. Хендерсоном
- Б) Ф. Котлером
- В) Б. Трейси
- Г) Г. Шульцем

Все лекарственные препараты в соответствии с матрицей БКГ можно разделить на следующие группы:

- А) «Звезды»
- Б) «Дойные коровы»
- В) «Трудные дети» (или «Вопросительные знаки»)
- Г) «Собаки»
- Д) верно все

**Лекарственные препараты, на которые приходится значительная часть быстро развивающегося рынка (высокая скорость роста рынка (темп роста) и высокая доля рынка аптечной сети) получили название**

- А) «Звезды»
- Б) «Дойные коровы»
- В) «Грудные дети» (или «Вопросительные знаки»)
- Г) «Собаки»

**Лекарственные препараты, имеющие низкую скорость роста рынка (темпа роста) и высокую долю рынка аптечной сети называются**

- А) «Звезды»
- Б) «Дойные коровы»
- В) «Грудные дети» (или «Вопросительные знаки»)
- Г) «Собаки»

**К какой категории в соответствии с матрицей БКГ относят препараты, имеющие высокую скорость роста рынка (темпа роста) и низкую долю рынка аптечной сети?**

- А) «Звезды»
- Б) «Дойные коровы»
- В) «Грудные дети» (или «Вопросительные знаки»)
- Г) «Собаки»

**Лекарственные препараты, которые имеют низкую скорость роста рынка (темпа роста) и низкую долю рынка аптечной сети относят к категории**

- А) «Звезды»
- Б) «Дойные коровы»
- В) «Грудные дети» (или «Вопросительные знаки»)
- Г) «Собаки»

**К основным показателям матрицы БКГ относят**

- А) относительная доля рынка
- Б) темп роста рынка
- В) объем продаж
- Г) верно все

**Если значение относительной доли рынка лекарственного препарата аптечной сети больше единицы, то препарат аптечной организации занимает**

- А) сильное положение на рынке и имеет высокую относительную долю рынка
- Б) слабые позиции на рынке в сравнении с ведущим конкурентом и его относительная доля считается низкой
- В) сильное положение на рынке и имеет низкую относительную долю рынка
- Г) слабое положение на рынке и имеет высокую относительную долю рынка

**Если значение относительной доли рынка меньше единицы, то лекарственный препарат аптечной организации имеет**

- А) сильное положение на рынке и имеет высокую относительную долю рынка
- Б) слабые позиции на рынке в сравнении с ведущим конкурентом и его относительная доля считается низкой
- В) сильное положение на рынке и имеет низкую относительную долю рынка
- Г) слабое положение на рынке и имеет высокую относительную долю рынка

**Если показатель темпа роста рынка больше 10% -**

- А) рынок быстрорастущий или рынок с высоким темпом роста
- Б) рынок медленно растущий или рынок с низким темпом роста

Михаил Юрьевич Кинев  
Александр Юрьевич Петров  
Ольга Александровна Мельникова

## Инструменты маркетинга в управлении ассортиментом аптечных организаций

Учебно-методическое пособие

Редактор В.В. Кривонищенко



Подписано в печать 19.10.15. Формат 60х84/16

Бумага ВХИ. Усл. печ. л. 5,12

Тираж 80 экз. Заказ № 1596/2015

Отпечатано в ООО «Типография Для Вас»  
620075, Екатеринбург, ул. С. Морозовой, 180, оф. 100  
тел. 297-42-13